

**ANALISIS PENGARUH LOKASI DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MEMILIH
TEMPAT INDEKOS
(Studi Kasus Mahasiswa S1 Universitas Islam Negeri Walisongo
Semarang)**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S.1
dalam Ilmu Ekonomi Islam



Disusun Oleh :

Ferrydhotin Jannah
1405026082

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2019

NIP.197003211996031003

Jl. Taman Karonsih IV No. 1181 RT 7/RW 4 Ngaliyan, Semarang

Dessy Nor Farida, S.E.Msi.Ak.CA.

NIP.197912222015032001

Jl. Sunan Muria No. 3 Perum Bukit Walisongo Tambakaji, Ngaliyan, Semarang

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

An. Sdri. Ferrydhotin Jannah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum, Wr. Wb.

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Ferrydhotin Jannah

NIM : 1405026082

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Islam

Judul Skripsi : **Analisis Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Tempat Kos dengan harga Sewa Sebagai Variabel Moderating.**

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi mahasiswa tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian harap menjadikan maklum.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 07 Juli 2018

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. H Muhammad Saifullah, M.Ag.
NIP.197003211996031003



Dessy Nor Farida, S.E.Msi.Ak.CA.
NIP.197912222015032001



KEMENTERIAN AGAMA R.I
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Prof. Dr. Hamka Km. 2 Kampus III Ngaliyan Telp. 024-7608454 Semarang 50185

PENGESAHAN

Skripsi Saudari : Ferrydhotin Jannah
NIM : 1405026082
Judul : Analisis Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Tempat Indekos. (Studi Kasus Mahasiswa S1 Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang)

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup, pada tanggal 26 Desember 2018 dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana strata 1 tahun akademik 2018/2019.

Semarang, 26 Desember 2018

Ketua Sidang

Dr. H. Muchlis, M.Si.
NIP. 196101171988031002

Sekretaris Sidang

Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag.
NIP. 197003211996031003

Penguji Utama I

H. Muchamad Fauzi, SE., MM
NIP. 197302172006041001

Penguji Utama II

Drs. H. Saekhu, M.H
NIP. 196901201994031004

Pembimbing I

Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag.
NIP. 197003211996031003

Pembimbing II

Dessy Nor Farida, S.E.Msi,Ak,CA.
NIP. 197912222015032001



MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ
تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.”

(Qs. Al-hujarat 49:6)

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdu Lillahi Rabbil 'Alamin, dengan mengucapkan syukur kehadiran Allah SWT, berkat do'a dan segenap asa yang tiada putus. Skripsi ini penulis persembahkan kepada mereka yang selalu memberikan do'a dan dukungan untuk selalu berjuang dan belajar:

1. Kedua orang tua, Bapak Sutejo dan Ibu Jumrotun yang selalu mendo'akan penulis sepanjang waktu, memberi motivasi, semangat, kasih sayang serta dukungan dalam menyelesaikan karya kecilku ini.
2. Adikku Dwindi Septianingtiyas yang selalu memberi dukungan dan selalu menjadi tempat berbagi.
3. Kakakku Muhamad Arif Rohman, S.T. yang selalu sabar memberi semangat, dukungan, motivasi dan waktunya kepada penulis.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 07 Juli 2018

Yang menyatakan,



Ferrydhotin Jannah

1405026082

TRANSLITERASI

Transliterasi merupakan hal yang penting dalam skripsi karena pada umumnya banyak istilah Arab, nama orang, judul buku, nama lembaga dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf Arab harus disalin ke dalam huruf latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu transliterasi sebagai berikut :

A. Konsonan

ء = '	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = '	ي = y
ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

B. Vokal

اَ = a

اِ = i

اُ = u

C. Diftong

أَيَّ = ay

أَوْ = aw

D. Syaddah

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda, misalnya الطَّبُّ *al-thibb*.

E. Kata Sandang (...ال)

Kata sandang (...ال) ditulis dengan *al*... misalnya الصَّنَاعَةُ = *al-shina'ah*. *Al-* ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

F. Ta' Marbuthah

Setiap *ta' marbuthah* ditulis dengan “h” misalnya الطَّبِيعِيَّةُ الْمَعِيشَةُ = *al-ma'isyah al-thabi'iyah*.

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Analisis Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Tempat indekos”. Penelitian ini dilatar belakangi oleh kebutuhan akan tempat tinggal bagi mahasiswa yang berasal dari luar daerah. Area di sekitar kampus yang beradius kurang dari satu kilometer, merupakan daerah-daerah yang menyediakan tempat kos bagi mahasiswa. Dengan meningkatnya permintaan mahasiswa akan jasa penyediaan tempat kos, dengan penawaran di lain pihak yang tidak sebanding mengakibatkan sewa kamar kos disekitar kampus yang beradius kurang dari satu kilometer harganya melonjak tinggi. Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah lokasi dan harga berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih tempat kos.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan sampel sebanyak 100 responden. Responden dalam penelitian ini yaitu mahasiswa S1 Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah melakukan keputusan memilih tempat kos. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara dan menyebar angket atau kuesioner kepada sejumlah responden. Uji hipotesis menggunakan metode analisis regresi linear berganda.

Dari hasil penelitian menunjukkan hasil analisis regresi secara parsial dengan taraf signifikansi 0,05. Dari uji t menunjukan bahwa nilai signifikansi Uji t variabel Lokasi sebesar $0,000 < 0,05$ dan t hitung 3,885. Variabel Lokasi memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Lokasi secara signifikan berpengaruh positif terhadap keputusan memilih tempat kos. Sedangkan nilai signifikansi Uji t variabel Harga sebesar $0,001 < 0,05$, t hitung 3,361. Variabel harga memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka harga berpengaruh dalam keputusan mahasiswa dalam memilih tempat kos.

Kata kunci : Lokasi, Fasilitas, Harga, keputusan mahasiswa memilih tempat kos.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahil rabbil 'alamin. Pujisyukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, keselamatan, hidayah, serta kemudahan kepada penulis. Sehingga penulisa dapat menyelesaikanskripsi dengan Judul **”ANALISIS PENGARUH LOKASI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MEMILIH TEMPAT INDEKOS (Studi kasus mahasiswa S1 Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang)”**. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad Saw, keluarga dan para sahabat beliau yang telah memberi risalah islam sehinga dapat menjadai bekal hidup berupa ilmu pengetahuan kita baik dunia maupun akhirat.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi Sarjana Strata 1 dalam ilmu Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penulis menyadari bahwa penelitian ini dapat terselesaikan berkat dukungan dari berbagai pihak dan selama penyusunan skripsi ini penulis telah banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, untuk itu tidak lupa penulis ucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Muhibbin, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Imam Yahya, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

3. Bapak Dr. H. Ahmad Furqon, Lc. M.A., selaku ketua jurusan Ekonomi Islam dan bapak Mohammad Nadzir, M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam, terimakasih atas kebijakan yang dikeluarkan khususnya yang berkaitan dengan penulisan skripsi ini.
4. Bapak Dr. H Muhammad Saifullah, M.Ag, selaku pembimbing I dan Ibu Dessy Nor Farida, S.E.Msi,Ak,CA. Selaku pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, memberikan tenaga serta pemikirannya untuk mendampingi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dan memberikan banyak ilmu baru kepada penulis..
5. Segenap dosen dan pegawai fakultas ekonomi dan bisnis islam yang telah banyak berbagi pengalaman, memberikan pengetahuan kepada penulis, serta tenaga kependidikan yang telah memberikan sarana dan prasarana kepada penulis.
6. Teman-teman seperjuangan jurusan Ekonomi Islam 2014, khususnya teman-teman EIC'14 dan teman-teman KKN MIT V Posko Jabungan Banyumanik.
7. Sahabat-sahabatku "Shohibul K" (Meishinta, Rahmania, Tria, dan Maya), yang telah banyak membantu dan sudah menemani dari awal kuliah hingga sekarang.
8. Keluarga kos lula yang telah menjadi keluarga keduaku disini, yang telah banyak membantu dan mendengarkan keluh kesah penulis setiap hari.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis hanya bisa mengucapkan terima kasih, semoga amal dan kebaikannya mendapat balasan dari Allah SWT. Kritik dan saran selalu penulis terima dengan hati terbuka. Penulis berharap skripsi ini tidak hanya bermanfaat bagi penulis, tetapi juga dapat bermanfaat bagi pembaca.

Semarang, 07 Juli 2018
Penulis

Ferrydhotin Jannah
Nim. 1405026082

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
DEKLARASI	vi
TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	12
1.4 Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Kerangka Teori	16
2.1.1 Lokasi	16
2.1.2 Harga	18
2.1.3 Sewa-menyewa(<i>Al-Ijarah</i>)	23
2.1.4 Indekos	29

2.1.5 Keputusan Pembelian Jasa	32
2.2 Penelitian Terdahulu	41
2.3 Kerangka Berpikir	48
2.4 Hipotesis	49
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	51
3.1.1 Jenis Data	51
3.1.2 Sumber Data.....	51
3.2 Populasi dan Sampel.....	52
3.2.1Populasi dan Sampel	52
3.2.2Definisi Operasional.....	54
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	57
3.3.1 Kuesioner	57
3.3.2 Wawancara	58
3. 4 Metode Analisis Data.....	59
3.4.1 Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	59
3.4.2 Uji Asumsi Klasik	60
3.4.3 Analisis Regresi Linear Berganda	64
3.4.4 UjiHipotesis.....	65
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	68
4.1 Hasil Penelitian	68
4.1.1 Gambaran Umun UIN Walisongo Semarang	68
4.1.2 Diskripsi Responden	73
4. 2 Deskripsi Variabel Penelitian	79
4.2.1 Lokasi	79

4.2.2	Harga	80
4.2.3	Keputusan Pembelian Jasa	81
4.3	Uji Validitas dan Reliabilitas	82
4.3.1	Uji Validitas	82
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	83
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	85
4.4.1	UjiNormalitas	85
4.4.2	Uji Multikolonieritas	86
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas	87
4.5	Analisis Regresi Linear Berganda	88
4.6	Uji Hipotesis	91
4.6.1	Uji F	91
4.6.2	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	92
4.6.3	Uji t	93
4.7	Analisis dan Pembahasan.....	95
4.7.1	Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan pembelian	95
4.7.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan pembelian	96
BAB V PENUTUP		
5.1	Kesimpulan	98
5.2	Keterbatasan dan Saran	98
5.3	Penutup	99
DAFTAR PUSTAKA		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Harga dan Fasilitas Kos.....	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	42
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	55
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	74
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Orang Tua	76
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Kos	77
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Penggunaan Tempat Kos	78
Tabel 4.6 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Lokasi	79
Tabel 4.7 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Harga	80
Tabel 4.8 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian.....	81
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel-Variabel Penelitian	83
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel-Variabel Penelitian	84
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas.....	86
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolonieritas.....	87
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	89
Tabel 4.14 Hasil Uji F	92
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	93
Tabel 4.16 Hasil Uji t	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran	48
Gambar 4.1. Uji Normalitas Metode P-P Plot.....	85
Gambar 4.2. Uji Heteroskedastisitas Metode <i>Scatterplot</i>	88

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di Indonesia, banyak ditemukan pelajar yang setelah lulus dari SMA atau yang sederajat melanjutkan sekolah di luar kota, bahkan ada yang di luar provinsi atau juga pulau. Ada beberapa alasan seseorang dalam menentukan pilihan untuk melanjutkan sekolah di luar daerah, antara lain karena ingin kuliah di fakultas/jurusan pada universitas yang diinginkan yang sesuai dengan minat, bakat dan universitas tersebut tidak terdapat di daerah asal. Oleh karena itu, meninggalkan daerah atau kota kelahiran dan menetap di daerah atau kota tempat universitas yang diinginkan harus menjadi pilihan. Salah satu kota yang terdapat banyak universitas adalah kota semarang. Banyaknya para mahasiswa baik yang berasal dari luar semarang maupun masyarakat asli semarang membuat kota semarang menjadi padat penduduk.

Ketika calon mahasiswa yang berpindah dari daerah asal ke daerah atau kota dimana universitas pilihannya berada maka perlu adanya pemenuhan kebutuhan lain yang terkait dengan pendidikan, seperti kebutuhan akan tempat tinggal bagi mahasiswa yang berasal dari luar daerah. Terdapat beragam jenis bangunan yang disewakan untuk mahasiswa, seperti rumah kontrakan, asrama, dan rumah kos. Dari ketiga jenis tempat tinggal yang ada, sebagian besar mahasiswa lebih memilih kos dari pada mengontrak atau tinggal di asrama.

Dalam pemilihan tempat kos mahasiswa memiliki kriteria yang berbeda-beda, ada yang menginginkan lokasinya dekat dengan kampus, ada yang menginginkan kos yang harganya terjangkau, ada yang menginginkan kos dengan fasilitas mewah dan kriteria yang lain. Area di sekitar kampus yang beradius kurang dari satu kilometer, merupakan daerah-daerah yang menyediakan tempat kos bagi mahasiswa. Masyarakat sekitar akan berlomba-lomba membangun tempat kos disekitar kampus dengan menyediakan fasilitas standar maupun mewah.

Dilihat dari data statistik UIN Walisongo semarang ditahun 2014, 2015, dan 2016,¹ Setiap tahun jumlah mahasiswa UIN Walisongo mengalami peningkatan. Pada tahun 2014 menerima mahasiwa baru sebanyak 3179 mahasiswa, tahun 2015 sebanyak 4709 mahasiswa dan 2016 sebanyak 5455 mahasiswa. Sedangkan kos didaerah sekitar kampus 2 dan kampus 3 setiap tahunnya hanya mengalami kenaikan sebesar 5% saja. Dengan adanya fenomena meningkatnya permintaan akan jasa penyediaan tempat kos di satu pihak, dengan penawaran di lain pihak yang tidak sebanding mengakibatkan sewa kamar di sekitar kampus yang beradius kurang dari satu kilo meter harganya melonjak tinggi, dengan tingginya harga yang tidak diimbangi dengan fasilitas yang sesuai mengakibatkan para mahasiswa baru atau lama akan mencari tempat

¹ <https://walisongo.ac.id> diakses 01 januari 2019, jam 14.06

kos yang berjarak lebih dari satu kilometer dengan harapan harganya bisa lebih murah.

Mahalnya harga kos tersebut tidak lepas dari permintaan konsumen dan penawaran yang ditawarkan oleh pemilik kos. Para ahli ekonomi membatasi unsur-unsur yang mempengaruhi mekanisme pembentukan harga dengan dua faktor saja yaitu permintaan dan penawaran.² Hukum permintaan mengatakan bahwa kenaikan harga akan menurunkan jumlah yang diminta, begitupun dengan penawaran. Peningkatan permintaan suatu barang atau jasa cenderung akan menaikkan harga dan mendorong produsen memproduksi barang atau jasa lebih banyak. Masalah yang menyebabkan kenaikan harga yaitu ketidaksesuaian antara permintaan dan penawaran.

Kota Semarang merupakan salah satu kota di Jawa Tengah yang terdapat banyak universitas. Ada beberapa universitas negeri di Semarang, namun hanya ada satu universitas negeri Islam di Semarang yaitu Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo yang terletak di Semarang Barat tepatnya yaitu di daerah Ngaliyan. UIN Walisongo Semarang yang dahulunya dikenal masyarakat dengan nama awal Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Walisongo Semarang didirikan secara resmi pada tanggal 6 April 1970 melalui Keputusan Menteri agama RI (KH. M. Dachlan) No. 30 dan 31 tahun 1970. Pada

²William A. McEachern, *Ekonomi Mikro : Pendekatan Kontemporer*, Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama,2000, h.2.

awal berdirinya, Perguruan Tinggi Agama Islam ini memiliki 5 fakultas yang tersebar di berbagai kota di Jawa Tengah, yakni Fakultas Dakwah di Semarang, Fakultas Syari'ah di Bumiayu, Fakultas Syari'ah di Demak, Fakultas Ushuluddin di Kudus dan Fakultas Tarbiyah di Salatiga.³

Sampai saat ini, UIN Walisongo terus mengalami perkembangan baik itu dari segi jumlah fakultas maupun gedung. Sampai saat ini sudah ada 8 fakultas yaitu Fakultas Syariah dan Hukum, Fakultas Ushuludin dan Humaniora, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Fakultas Sains dan Teknologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, dan Fakultas Psikologi dan Kesehatan.

Persoalan pengambilan keputusan pada dasarnya adalah bentuk pemilihan dari berbagai alternatif tindakan yang mungkin dipilih yang prosesnya melalui mekanisme tertentu, dengan harapan akan menghasilkan sebuah keputusan yang terbaik. Penyusunan model keputusan adalah suatu cara untuk mengembangkan hubungan-hubungan yang logis yang mendasari persoalan keputusan ke dalam suatu model matematis, yang mencerminkan hubungan yang terjadi di antara faktor-faktor yang terlibat, sehingga proses keputusan harus diambil melalui proses yang bertahap, sistematis, konsisten dan diusahakan dalam setiap langkah

³[https://id.wikipedia.org/wiki/Universitas Islam Negeri W alisongo](https://id.wikipedia.org/wiki/Universitas_Islam_Negeri_Walisongo). Jam 18.⁵⁰, tanggal 5 mei 2018.

melalui dari awal telah mengikutsertakan dan mempertimbangkan berbagai faktor. Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya.⁴

Dalam ekonomi Islam diajarkan bahwa setiap keputusan ekonomi seseorang tidak terlepas dari nilai moral dan agama. Pengambilan keputusan dalam islam didasarkan pada prinsip mekanisme pasar, dengan memendang nilai-nilai kebaikan dan kebenaran. Musyawarah untuk mendapatkan kesepakatan atas dasar kemashlahatan merupakan prinsip pengambilan keputusan yang sesuai ajaran islam. Di dalam islam sendiri aturan bermuamalah yaitu dianjurkan untuk memiliki sifat jujur, amanah, adil dan memberikan kemerdekaan bermuamalah, karena tujuan dari Ekonomi Islam yaitu tercapainya keadilan pada semua pihak. Keadilan memang nilai paling penting dalam ajaran islam. Memberantas kezaliman adalah tujuan utama dari risalah para rasulnya, sebagaimana firman Allah pada Q.S Al-Hadid ayat 25.

⁴ Andre Kurniawan, skripsi, *Analisis pengaruh lokasi dan fasilitas terhadap keputusan mahasiswa memilih tempat indekos dengan harga sewa indekos sebagai model variabel moderasi*, Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 15 No 2. h. 237.

لَقَدْ أَرْسَلْنَا رُسُلَنَا بِالْبَيِّنَاتِ وَأَنْزَلْنَا مَعَهُمُ الْكِتَابَ وَالْمِيزَانَ لِيَقُومَ
الْأَنَاسُ بِالْقِسْطِ ۖ وَأَنْزَلْنَا الْحَدِيدَ فِيهِ بَأْسٌ شَدِيدٌ وَمَنْفَعٌ لِلنَّاسِ وَلِيَعْلَمَ
اللَّهُ مَنْ يَنْصُرُهُ وَرُسُلَهُ بِالْغَيْبِ ۚ إِنَّ اللَّهَ قَوِيٌّ عَزِيزٌ ﴿٢٥﴾

“Sesungguhnya Kami telah mengutus rasul-rasul Kami dengan membawa bukti-bukti yang nyata dan telah Kami turunkan bersama mereka Al Kitab dan neraca (keadilan) supaya manusia dapat melaksanakan keadilan. Dan Kami ciptakan besi yang padanya terdapat kekuatan yang hebat dan berbagai manfaat bagi manusia, (supaya mereka mempergunakan besi itu) dan supaya Allah mengetahui siapa yang menolong (agama)Nya dan rasul-rasul-Nya padahal Allah tidak dilihatnya. Sesungguhnya Allah Maha Kuat lagi Maha Perkasa.” (QS. Al-Hadid :25) ⁵

Keputusan mahasiswa memilih tempat kos dasarnya pada faktor lokasi dan fasilitas. Faktor lokasi sebagai dasar pertimbangan mahasiswa memilih tempat kos dilihat dari indikator dekat kampus, dekat jalan raya, dekat teman sekelas, dekat rumah makan, dekat tempat *laundry* dan tempat fotocopy. Sedangkan faktor fasilitas yang dipertimbangkan oleh mahasiswa dalam memilih tempat kos adalah fasilitas tempat tidur, lemari pakaian, kamar mandi dalam, kamar mandi luar, dapur, kulkas, tempat parkir dan pemenuhan kebutuhan air yang biasanya menjadi hal terpenting pada tempat kos daerah sekitar kampus 2 dan kampus 3 UIN Walisongo Semarang. Faktor

⁵<https://quran.kemenag.go.id/index.php/result/57/25>, diakses pada tanggal 10-0702018 jam 10:03.

lain yang menjadi pertimbangan mahasiswa dalam memilih tempat kos juga dipengaruhi oleh harga sewa kos. Di daerah sekitar kampus 2 dan kampus 3 Universitas Islam Negeri Walisongo berdasarkan hasil observasi pemilik kost menerapkan harga sewa kos yang berbeda-beda.⁶

Tempat kos yang berada di daerah sekitar kampus 2 dan kampus 3 yaitu daerah Perumahan BPI, Perumahan Bank Niaga, Jalan Tanjungsari, Jalan Ringin sari dan segaran 4. Lokasi-lokasi tersebut dipilih oleh penulis karena terdapat banyak kos yang dihuni oleh mahasiswa dengan beragam jenis penawaran yang diberikan oleh pemilik kos. Fasilitas yang ditawarkan beragam jenis dan tentunya dengan harga yang dapat disesuaikan dengan kemampuan masing-masing mahasiswa.

Harga sewa kos merupakan suatu hal yang menjadi pertimbangan dalam memilih tempat kos. Harga merupakan sesuatu yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang maupun jasa. Menurut Kotler & Amstrong harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barangatau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk.⁷ Pemilihan rumah kos akan disesuaikan dengan penghasilan orang tua mereka, karena tidak semua

⁶Wawancara dengan pemilik kos di area kampus UIN Walisongo Semarang

⁷Philip kotler dan Gary Amstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta:Erlangga, 2006.

orang tua mempunyai penghasilan yang tinggi atau yang mampu untuk membayar sewa rumah kos yang ditawarkan oleh pihak penyedia jasa.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa jenis fasilitas dan harga tempat kos yang ditawarkan pemilik kos yaitu:

Tabel 1.1

Harga dan Fasilitas Kos

Tempat	Jarak dari kampus	Fasilitas A	Fasilitas B	Fasilitas C	Fasilitas D	Harga
Tanjung Sari	± 850 m	-Tempat Tidur/Kasur -Almari -Meja belajar	-Dapur -Tv	-Kulkas -Wifi	-Kipas angin -Kamar mandi dalam	A. Rp 1.000.000-Rp 1.200.000 B. Rp 1.200.000-Rp 1.500.000 C. Rp 1.500.000-Rp 1.800.000 D. Rp 1.800.000-Rp 2.000.000
Ringinsari	± 330 m	-Tempat Tidur/Kasur -Almari -Meja belajar	-Dapur -Tv	-Kulkas -Wifi	-AC -Kipas angin -Kamar mandi dalam	A. Rp 1.200.000-Rp 1.500.000 B. Rp 1.500.000-Rp 1.800.000 C. Rp 1.800.000-Rp 2.000.000 D. Rp 2.100.000-Rp 2.700.000
Perumahan Bank Niaga	± 370 m	-Tempat Tidur/Kasur -Almari -Meja belajar	-Dapur -Tv	-Kulkas -Wifi	-AC -Kipas angin -Kamar mandi dalam	A. Rp 1.200.000-Rp 1.400.000 B. Rp 1.500.000-Rp 1.800.000 C. Rp 1.900.000-Rp 2.100.000 D. Rp 2.100.000-Rp 2.500.000
Perumahan BPI	± 470 m	-Tempat Tidur/Kasur -Almari -Meja belajar	-Dapur -Tv	-Kulkas -Wifi	-AC -Kipas angin -Kamar mandi dalam	A. Rp 1.200.000-Rp 1.400.000 B. Rp 1.400.000-Rp 1.700.000 C. Rp 1.800.000-Rp 2.000.000 D. Rp 2.000.000-Rp 2.700.000
Segaran 4	± 1 Km	-Tempat Tidur/Kasur -Almari -Meja belajar -Air -Listrik	-Dapur -Tv	-Kulkas -Wifi	-	A. Rp 800.000-Rp 1.000.000 B. Rp 1.100.000-Rp 1.400.000 C. Rp 1.400.000-Rp 1.600.000 D. .

Sumber : Data penelitian diolah,2018

Hasil penelitian Andre Kurniawan⁸ menunjukkan bahwa faktor yang dapat meningkatkan keputusan mahasiswa memilih tempat kos adalah lokasi. Mahasiswa akan tertarik memilih tempat kos apabila lokasi tempat kos dekat dengan kampus, jalan raya, teman sekelas, warung makan dan tempat hiburan. Selain lokasi, fasilitas juga berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kos karena apabila fasilitas tempat kos baik dan lengkap seperti fasilitas tempat parkir yang aman, fasilitas tempat tidur, fasilitas lemari pakaian dan meja belajar, toilet / WC dalam kamar, dan jam berkunjung sampai malam, maka dapat meningkatkan keputusan mahasiswa memilih tempat kos. Sedangkan pengaruh variabel harga sewa kos terhadap keputusan mahasiswa memilih tempat kos negatif, artinya apabila harga sewa murah atau terjangkau, maka dapat meningkatkan keputusan mahasiswa memilih tempat kos dengan asumsi variabel lokasi dan fasilitas dianggap tetap.

Penelitian yang dilakukan oleh Puspa Ningrum⁹ menemukan bahwa faktor internal yang mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih rumah kos terdiri dari sumber daya konsumen, motivasi,

⁸Andre Kurniawan, skripsi, *Analisis pengaruh lokasi dan fasilitas terhadap keputusan mahasiswa memilih tempat tinggal dengan harga sewa sebagai model variabel moderasi*, Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 15 No 2.

⁹Puspa Ningrum, *Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih rumah kos dalam perspektif ekonomi islam (studi terhadap mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Raden Intan Lampung. (Studi terhadap Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)*. Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2017.

pengetahuan, kepribadian, sikap, gaya hidup dan faktor eksternal yaitu kelompok referensi. Sedangkan Dalam Perspektif Ekonomi Islam pengambilan keputusan dalam hal ini yaitu sewa-menyewa (ijarah) rumah kost harus didasarkan pada rasa suka dan atas dasar kemampuan juga kemauan diri sendiri (tidak dipaksakan).

Penelitian lain yang dilakukan oleh Septiana Indah Edy Puspita Purwaning Tyas¹⁰ menemukan bahwa variabel pemilihan tempat kos yang mampu diterangkan oleh kelima variabel promosi, lokasi, fasilitas, harga dan kelompok acuan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pemilihan tempat kos. Dari kelima variabel yaitu promosi, lokasi, fasilitas, harga dan kelompok acuan hanya variabel harga yang berpengaruh positif.

Berdasarkan apa yang telah dipaparkan tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : ” **Analisis Pengaruh Lokasi Harga Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Tempat Indekos (Studi kasus mahasiswa S1 Universitas Islam Negeri Walisongo).**”

1.2 Rumusan Masalah

Masalah penelitian yang dikembangkan disini adalah mengenai variabel lokasi dan fasilitas terhadap keputusan mahasiswa

¹⁰Septiana Indah Edy Puspita Purwaning Tyas, *Pengaruh promosi, lokasi, fasilitas, harga dan kelompok acuan terhadap pemilihan tempat kos. (Studi kasus : Mahasiswa dan mahasiswi yang menyewa jasa kamar kos di daerah Mrican dan Seturan).* Skripsi, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, 2009.

dalam memilih tempat kos dengan harga sewa sebagai variabel moderating. Pada penelitian ini variabel lokasi dan fasilitas menjadi variabel independen dan keputusan pembelian menjadi variabel dependen dengan harga sewa sebagai variabel moderating. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan masalah yang mungkin dijawab oleh mahasiswa dalam memilih jasa tempat kos, adalah:

1. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih tempat indekos?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih tempat indekos?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh lokasi terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih tempat indekos.
2. Pengaruh harga sewa terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih tempat indekos.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Dalam suatu penelitian pasti ada manfaat yang diharapkan dapat tercapai. Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat teoritis

1. Dapat bermanfaat selain sebagai bahan informasi juga sebagai literatur atau bahan informasi ilmiah.
2. Dapat memberikan sumbangan pengetahuan dan pemikiran yang bermanfaat bagi perkembangan ilmu ekonomi secara umum dan ilmu ekonomi islam.
3. Memberikan wawasan dan pengetahuan bagi penulis mengenai lokasi dan harga sewa yang mempengaruhi keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang dalam memilih tempat indekos.

b. Manfaat praktis

1. Dapat digunakan sebagai acuan dalam pemilihan rumah indekos yang baik bagi mahasiswa atau mahasiswi saat menempuh pendidikannya di luar kota.
2. Bagi pengusaha indekos dapat digunakan sebagai bahan referensi atau bahan pertimbangan guna mengambil langkah-langkah perbaikan maupun mempertahankan mutu jasanya.
3. Dapat memberikan bahan referensi bagi masyarakat/pebisnis yang akan membangun rumah indekos yang banyak diminati dan disukai Mahasiswa atau mahasiswi.

1.4 Sistematika Penulisan

Secara keseluruhan penelitian ini terdiri dari lima bab dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab ini meliputi: Latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini meliputi: Konsep dan teori mengenai lokasi, harga, sewa-menyewa, indekos, keputusan pembelian jasa serta penelitian terdahulu. Selanjutnya dari konsep tersebut akan dirumuskan hipotesis dan akhirnya terbentuk suatu kerangka penelitian teoritis yang melandasi penelitian ini.

BAB III Metode Penelitian

Bab ini meliputi: jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, teknik analisis data dan devinisi operasioonal variabel penelitian.

BAB IV Hasil dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum daerah penelitian, Pembahasan, penganalisaan serta hubungan dalam penelitian yang dilakukan.

BAB V Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran-saran yang berhubungan dengan penelitian yang serupa di masa yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teori

2.1.1 Lokasi

Menentukan lokasi tempat untuk setiap bisnis merupakan suatu tugas penting bagi pemasar, karena keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan sebelum bisnis dimulai. Memilih lokasi berdagang yang tepat merupakan kunci kesuksesan suatu bisnis. Lokasi adalah sarana untuk bisnis dalam membujuk pelanggan agar datang ketempat bisnis dalam pemenuhan kebutuhannya.¹¹ Oleh karena itu Pemilihan lokasi haruslah tepat agar mampu untuk tumbuh dari segi ekonomi sehingga dapat mempertahankan kelangsungan hidup usaha, karena lokasi merupakan sumber daya jangka panjang yang dapat mempengaruhi masa depan usaha

Pertimbangan-pertimbangan yang cermat dalam menentukan lokasi menurut Tjiptono meliputi faktor-faktor: ¹²

1. Akses, misalnya lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.

¹¹Danny Aditya, skripsi. *Analisis pengaruh lokasi, promosi dan pelayanan terhadap keputusan menggunakan jasa warnet*, 2012. h.23.

¹² Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, Edisi Kedua, Jogjakarta:Andy offset, 2000, h. 41-42.

2. Visibilitas, misalnya lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
3. Lalu lintas, ada 2 hal yang perlu diperhatikan yaitu banyaknya orang yang lalu-lalang bisa memberikan peluang yang besar terjadinya impuls buying dan kepadatan serta kemacetan bisa menjadi hambatan.
4. Tempat parkir yang luas dan aman.
5. Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha dikemudian hari.
6. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.
7. Persaingan, yaitu lokasi pesaing sejenis.

Menurut Basu Swastha “Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan”.¹³ Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ke tujuan. Lokasi memegang peranan yang penting dalam melakukan usaha, Karena berkaitan dengan dekatnya lokasi usaha dengan pusat keramaian, mudah dijangkau (aksesibilitas), aman, dan tersedianya tempat parkir yang luas, pada umumnya lebih disukai konsumen. Lokasi yang strategis membuat konsumen lebih mudah dalam menjangkau dan juga keamanan

¹³ Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta:Liberti, 2003, h.24.

yang terjamin. Sehingga dengan demikian, ada hubungan antara lokasi yang strategis dengan daya tarik konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk.

2.1.2 Harga

Harga merupakan sesuatu yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang maupun jasa. Menurut Kotler & Armstrong, yang dikutip oleh Ririn Tri Ratnasari harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.¹⁴ Harga merupakan salah satu faktor penentu konsumen dalam menentukan suatu keputusan pembelian terhadap suatu produk maupun jasa. Apalagi apabila produk atau jasa yang akan dibeli tersebut merupakan kebutuhan sehari-hari seperti makanan, minuman dan kebutuhan pokok lainnya, konsumen akan sangat memperhatikan harganya. Pengusaha perlu untuk memperhatikan hal ini, karena dalam persaingan usaha, harga yang ditawarkan oleh pesaing bisa lebih rendah dengan kualitas yang sama atau bahkan dengan kualitas yang lebih baik. Sehingga dalam penentuan harga produk atau jasa yang dijual,

¹⁴ Hafifah Rasti, skripsi *Pengaruh lingkungan, harga, fasilitas dan kelompok referensi terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa rumah kos di kawasan limau manis dan jati. (Studi pada mahasiswa S1 Universitas Andalas)* h.30.

baik perusahaan besar maupun usaha kecil sekalipun harus memperhatikan konsumen dan para pesaingnya.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi penentuan harga jasa diantaranya adalah sebagai berikut:¹⁵

1. Elastisitas permintaan.
2. Struktur biaya.
3. Persaingan.
4. *Positioning* dari jasa yang ditawarkan.
5. Sasaran yang ingin dicapai perusahaan.
6. Daur hidup jasa.
7. Sumber daya yang dipergunakan.
8. Kondisi ekonomi.

Selain adanya faktor penentuan harga jasa, ada pula tujuan penentuan harga. Menurut Adrian Payne, yang dikutip oleh Rambat Lupiyoadi tujuan penentuan harga adalah:¹⁶

1. *Survival*, tujuannya meningkatkan profit ketika perusahaan dalam kondisi pasar yang tidak menguntungkan, sehingga perusahaan tetap bertahan hidup.
2. *Profit maximization*, penentuan harga bertujuan untuk memaksimalkan *profit* dalam periode tertentu.

¹⁵ Ririn tri ratnasari, mastuti aksa. *Teori dan kasus manajemen pemasaran jasa*. Bogor: ghalia Indonesia, 2016, h.62.

¹⁶ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen pemasaran jasa: Berbasis kompetensi*. Jakarta:Salemba empat. 2014, h. 138-139.

3. *Sales maximization*, penentuan harga bertujuan untuk membangun market share dengan melakukan penjualan pada harga awal yang merugikan.
4. *Prestige*, penentuan harga bertujuan untuk memposisikan jasa perusahaan sebagai jasa eksklusif.
5. *ROI (Return On Investment)* penentuan harga yang disusun berdasarkan rencana pencapaian *return on investment* atau tingkat pengembalian investasi.

Faktor terpenting dalam pembentukan harga adalah kekuatan antara permintaan dan penawaran. Permintaan dan penawaran suatu barang atau jasa akan berada dalam keseimbangan pada harga pasar bila jumlah yang diminta sama dengan jumlah yang ditawarkan. Harga pasar sendiri tidak terbentuk secara otomatis akan tetapi melalui suatu proses mekanisme pasar yakni tarik menarik antara kekuatan pembeli dengan permintaannya dan kekuatan penjual dengan penawarannya. Keseimbangan harga pasar juga sewaktu-waktu dapat terjadi perubahan bila ada perubahan permintaan atau penawaran.

Menurut Ibn Taimiyyah, yang dikutip oleh Singgih muheramtohadhi terjadinya perubahan harga karena faktor-faktor berikut ini:¹⁷

¹⁷ Singgih muheramtohadhi, jurnal . *Perlindungan Terhadap Harga Komoditas Pasar (Telaah Pemikiran Ibn Taimiyyah)*. At-taqaddum, volume 10 (1). 2018 .hlm.6

1. *Raghabah*, keinginan terhadap barang yang bersangkutan berbeda-beda tergantung pada kelimpahan atau kelangkaan suatu barang. Suatu barang akan dibutuhkan jika terjadi kelangkaan, dibandingkan ketika terjadi kelimpahan persediaan di pasar
2. Harga suatu barang beragam tergantung pada tinggi rendahnya permintaan. Jika jumlah permintaan tinggi karena pertambahan jumlah manusia, maka harga barang akan naik, terutama jika jumlah barang yang dibutuhkan di pasar tersedia dalam jumlah sedikit dan tidak mencukupi.
3. Kuat lemahnya permintaan atau intensitas kebutuhan. Semakin dibutuhkan, maka semakin tinggi nilai atas barang tersebut. Jika kebutuhan akan barang tersebut tinggi, maka harga akan mengalami kenaikan, daripada jika kebutuhan akan barang tersebut kecil atau lemah.

Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk jika mungkin) yang mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.¹⁸ Dari definisi tersebut kita dapat mengetahui bahwa harga yang dibayar oleh pembeli itu sudah termasuk pelayanan yang diberikan oleh penjual. Bahkan penjual juga menginginkan sejumlah keuntungan dari harga tersebut.

¹⁸ Drs. Basu swastha dan drs irawan. *manajemen pemasaran modern*, Yogyakarta:liberty, 2008, hlm 241.

Dalam ekonomi islam penentuan harga harus ada perjanjian atau biasa disebut akad. Akad merupakan suatu perikatan perjanjian yang ditandai dengan adanya qobul sesuai dengan kesepakatan untuk mencapai harga yang diinginkan oleh kedua belah pihak. Dalam penentuan harga perusahaan harus berlaku adil, dengan ini kedua pihak akan memperoleh kepuasan masing-masing sehingga tidak ada pihak yang dirugikan. hal ini dapat dilihat dari kualitas barang/jasa yang ditawarkan, jika suatu barang/jasa ditawarkan dengan harga yang tinggi, maka kualitas yang diberikan juga harus tinggi. Selain adil dalam Ekonomi Islam juga mengajarkan ketidakborosan. Al-Qur'an telah melarang seorang muslim melakukan pemborosan seperti pada surat Al-Israa' ayat 26-27:

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا

“Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan kepada orang yang dalam perjalanan, dan janganlah kalian menghambur-hamburkan (harta kalian) secara boros.”
(QS. Al-Isra':26)¹⁹

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

¹⁹ <https://quran.kemenag.go.id/index.php/result/17/26>, diakses pada tanggal 10-07-2018 jam 10:19

“Sesungguhnya pemhoros-pemboros itu adalah saudara-saudara setan, dan setan itu adalah sangat ingkar terhadap Tuhannya.” (QS. Al-Isra’:27)²⁰

orang lain, terutama dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Kebutuhan manusia sangat beragam, ia tidak akan bisa memenuhi kebutuhannya secara individual dan pasti akan membutuhkan orang lain. Dalam hubungan antar manusia, harus ada aturan yang menjelaskan tentang hak dan kewajiban diantara kedua pihak yang sesuai dengan kesepakatan yang disebut dengan akad.

Penjualan jasa pada islam disebut dengan *ijarah* atau sewa-menyewa, yaitu kegiatan pemindahan hak pemanfaatan. Objek dari kegiatan *ijarah* adalah jasa, baik jasa yang dari tenaga manusia atau pemanfaatan dari suatu barang. Konsep *ijarah* sama dengan konsep jual beli, namun objek yang diperjualbelikan yang berbeda. Dalam jual beli yang diperjualbelikan adalah barang/benda, sedangkan dalam *ijarah* adalah jasa. Ijarah merupakan salah satu bentuk kegiatan muamalah dalam memenuhi kehidupan manusia seperti sewa-menyewa kos, kontrak, atau menjual jasa perhotelan dan lain-lain.

Dalam Ensiklopedi Fiqih pengertian *al-ijarah* adalah sebagai berikut:

عقد معاوضة على تملك منفعة بعوض

“Akad penukaran terhadap manfaat suatu barang dengan harga atau barang tertentu.”

Dari beberapa pengertian tentang akad *ijarah* diatas maka dapat disimpulkan bahwa akad *ijarah* adalah akad pemindahan hak gunaatas suatu barang atau jasa pada waktu tertentu melalui pembayaran sewa atau upah.

B. Legalitas dan Dasar Hukum

Dasar hukum yang menjadi pertimbangan bolehnya akad *ijarah* adalah sebagai berikut:

1. Firman Allah dalam Surat Al-Baqarah ayat 233

فَإِنْ أَرَادَا فِصَالًا عَنْ تَرَاضٍ مِّنْهُمَا وَتَشَاوُرٍ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْهِمَا^{٢٤} وَإِنْ أَرَدْتُمْ أَنْ تَسْتَرْضِعُوا أَوْلَادَكُمْ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْكُمْ إِذَا سَلَّمْتُمْ مَا اتَّيْتُم بِالْمَعْرُوفِ^{٢٥} وَاتَّقُوا اللَّهَ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ

"Dan jika kamu ingin anakmu disusukan oleh orang lain, maka tidak ada dosa bagimu apabila kamu memberikan pembayaran menurut yang patut. Bertakwalah kamu kepada Allah dan ketahuilah bahwa Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan."

(QS. Al-Baqarah:233)²⁴

²⁴ <https://quran.kemenag.go.id/index.php/result/2/233>, diakses pada tanggal 10-07-2018 jam 10:37.

2. Firman Allah dalam Surat Al-Talaq ayat 6

فَإِنْ أَرْضَعْنَ لَكُمْ فَآتُوهُنَّ أُجُورَهُنَّ

“ Kemudian jika mereka menyusukan (anak-anak)mu untukmu maka berikanlah kepada mereka upahnya...” (QS. Al-Talaq:6)²⁵

3. Hadist Riwayat dari Ibnu Abbas

احتجم النبي صل الله عليه وسلم واعطى الحجام اجره
(رواه البخاري)

”Rasulullah saw. pernah meminta dibekam dan memberi upah kepada orang yang membekamnya”.²⁶

4. Hadist Riwayat Ibnu Majjah

أَعْطُوا الْأَجِيرَ أَجْرَهُ قَبْلَ أَنْ يَجِفَّ عَرْقُهُ (رواه ابنماجة)

”Berikanlah upah kepada pekerja sebelum keringatnya mengering”
(H.R Ibnu Majjah) “.”²⁷

C. Ketentuan Umum Akad Ijarah

Dalam kitab fiqih rukun *ijarah* adalah pihak yang menyewa (*musta'jir*), pihak yang menyewakan (*mu'jir*), ijab dan qabul (*sigah*), manfaat barang yang disewakan dan

²⁵ <https://quran.kemenag.go.id/index.php/result/65/6>, diakses pada tanggal 10-07-2018 jam 10:40.

²⁶ Ibnu Hajar Al-Asqalani. *Kitab Bulughul Maram; Kumpulan Hadis Hukum dan Akhlak; penerjemah-Muhammad Zaenal Arifin, penyunting-Owen Putra dan Dendi Irfan*, Jakarta: Khatulistiwa Press. 2014. h. 342.

²⁷ Ibnu Hajar Al-Asqalani. *Kitab Bulughul Maram*, h. 343.

upah.²⁸ Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) menyebutkan dalam Pasal 251 bahwa rukun *ijarah* adalah:

1. Pihak yang menyewa, 2. pihak yang menyewakan, 3. benda yang disewakan, 4. akad.²⁹

Fatwa DSN MUI No:09/DSN-MUI/IV/2000 menetapkan mengenai rukun dan syarat *ijarah* yang terdiri dari:³⁰

1. *Sigah ijarah* yaitu ijab dan qabul berupa pernyataan dari kedua belah pihak yang berakad (berkontrak) baik secara verbal atau dalam bentuk lain.
2. Pihak-pihak yang berakad, terdiri atas pemberi sewa/pemberi jasa dan penyewa/pengguna jasa.
3. Objek akad *ijarah* yaitu:
 - a. Manfaat barang dan sewa.
 - b. Manfaat jasa dan upah.

Menurut Ulama Hanafiyah, rukun *ijarah* adalah ijab dan qobul. Adapun menurut Jumhur Ulama, rukun *ijarah*, yaitu sebagai berikut:

- a. *Aqid* (orang yang berakad). Dalam transaksi jasa (sewa-menyewa) terdapat dua orang yang

²⁸Ibid, h. 231.

²⁹ Iman Mustofa, *Fikih Muamalah Kontemporer*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016, h.105.

³⁰ Ghufron Ajib, *Fiqh Muamalah II (Kontemporer Indonesia)*, Semarang: PT. Karya Abadi Jaya, 2015, h. 130.

melakukan transaksi yaitu: *Musta'jir* adalah orang yang menyewa manfaat suatu barang atau yang menerima upah dan *Mu'jir* adalah orang yang menyewakan barang atau memberikan upah. Pihak yang berakad harus berakal, *mumayiz* dan *Antaradin* yang berarti kedua belah pihak melakukannya atas kemauan sendiri.

- b. *Shighat* akad yaitu ijab qobul. Misalnya, “aku sewakan mobil ini kepadamu setiap hari Rp.5000,00”, maka *musta'jir* menjawab “Aku terima sewa mobil tersebut dengan harga demikian setiap hari”

Sedangkan ketentuan objek *ijarah* yaitu:³¹

- a. Objek *ijarah* adalah manfaat dari penggunaan barang dan/jasa.
- b. Manfaat barang atau jasa harus bisa dinilai dan dapat dilaksanakan dalam kontrak.
- c. Manfaat barang atau jasa yang bersifat dibolehkan (tidak diharamkan).
- d. Kesanggupan memenuhi manfaat harus nyata dan sesuai dengan syariah.
- e. Manfaat harus dikenali secara spesifik sedemikian rupa untuk menghilangkan *jahalah*

³¹ Fatwa DSN 09/DSN-MUI/IV/2000: Pembiayaan Ijarah

(ketidaktahuan) yang akan mengakibatkan sengketa.

Konsep *ijarah* dalam penelitian ini yaitu pembelian jasa/sewa tempat indekos. Dalam akad sewa-menyewa indekos sebelumnya harus ada perjanjian atau penjelasan-penjelasan mengenai tempat kos, harga, model pembayaran dan jangka waktu yang disepakati oleh penyewa dan yang menyewakan kapan waktu berakhirnya sewa-menyewa, karena sewa menyewa hanya menggunakan fungsi atau manfaat dari barang atau benda yang disewakan tanpa memiliki barang atau benda tersebut, jadi rumah tetap milik orang yang menyewakan tetapi manfaatnya digunakan oleh orang yang menyewa dengan memberikan imbalan berupa upah dengan ketentuan waktu dan besarnya biaya sewa tergantung kesepakatan orang yang menyewakan.

2.1.4 Indekos

a. Pengertian Indekos

Indekos adalah sebuah hunian yang dipergunakan oleh sebagian kelompok masyarakat sebagai tempat tinggal sementara atau sebuah hunian yang sengaja didirikan oleh pemilik untuk disewakan kepada beberapa orang dengan sistem pembayaran per bulan. Sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) indekos yaitu tinggal di rumah orang lain

dengan atau tanpa makan (dengan membayar setiap bulan); memondok.³²

Menurut pemerintah atau dinas perumahan rumah, kos dapat memiliki ciri2 atau diartikan sebagai berikut:

1. Perumahan pemondokan/rumah kos adalah rumah yang penggunaannya sebagian atau seluruhnya dijadikan sumber pendapat an oleh pemiliknya dengan jalan menerima penghuni pemondokan minimal 1 (satu) bulan dengan memungut uang pemondokan.
 2. Pengelola rumah kos adalah pemilik perumahan dan atau orang yang mendapatkan dari emilik unt uk mengelola rumah kost.
 3. Penghuni adalah orang yang menempati rumah kos sekurang-kurangnya 1 (satu) bulan dengan membayar uang pemondokan.
 4. Uang Pemondokan/ kos adalah harga sewa dan biaya lainnya yang dibayar oleh penghuni dengan perjanjian.
- b. Fungsi Indekos

Indekos dirancang untuk memenuhi kebutuhan hunian yang bersifat sementara dengan sasaran pada

³² <https://kbbi.web.id/indekos> diakses 01 januari 2019, 11.00

umumnya adalah mahasiswa dan pelajar yang berasal dari luar kota atau luar daerah. Namun tidak sedikit pula Indekos ditempati oleh masyarakat umum yang tidak memiliki rumah pribadi dan menginginkan berdekatan dengan lokasi beraktifitas. Oleh karena itu, fungsi Indeos dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Sebagai sarana tempat tinggal sementara bagi mahasiswa yang pada umumnya berasal dari luar daerah selama masa belajarnya.
2. Sebagai sarana tempat tinggal sementara bagi masyarakat umum yang tidak memiliki rumah tinggal yang berdekatan dengan lokasi tempat kerja.
3. Sebagai sarana pembentukan kepribadian mahasiswa untuk lebih disiplin, mandiri dan bertanggungjawab.
4. Sebagai tempat menggalang pertemanan dengan mahasiswa lain dan hubungan sosial dan lingkungan sekitarnya.

c. Standar Hukum Indekos

Secara hukum islam, indekos harus melihat dan mempertimbangkan hak- hak konsumen seperti

1. Kenyaman: Suatu keadaan telah terpenuhinya kebutuhan dasar manusia yang bersifat individual akibat beberapa faktor kondisi lingkungan. Dalam hal ini yang dimaksud kenyamanan yaitu dengan

tersedianya fasilitas yang dibutuhkan dalam menyewa tempat kos.

2. Keamanan: Keamanan berarti keadaan aman atau ketenteraman. Disini pemilik kos harus memberi keamanan kepada penyewa kos.
3. fasilitas : Sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa disewakan kepada konsumen.
4. Tempat layak huni: Suatu hunian atau tempat tinggal yang layak huni dan memenuhi persyaratan untuk hunian baik secara teknis maupun non teknis.

2.1.5 Keputusan Pembelian Jasa

a. Pengertian Keputusan Pembelian Jasa

Menurut Boyd Walkeryang dikutip oleh Philip Kotler, pengambilan keputusan pembelian merupakan suatu pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia membeli suatu produk guna memenuhi kebutuhan dan keinginan. Keputusan pembelian konsumen merupakan tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk. Sedangkan Proses pengambilan keputusan adalah tahap konsumen dalam memutuskan suatu produk tertentu yang menurutnya paling baik, sehingga keputusan pembelian dapat diartikan sebagai kekuatan kehendak konsumen

untuk melakukan pembelian terhadap sebuah produk apabila konsumen memiliki minat untuk membeli produk.³³

Tujuan utama dari serangkaian proses pemasaran adalah aktivitas pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Konsumen sebagai pelaku utama dalam proses pembelian selalu menjadi perhatian produsen. Produsen kini banyak yang memberikan perhatian khusus kepada konsumen, terutama dalam mempelajari perilaku konsumen dalam proses pembelian yang bersifat dinamis. Jadi keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk.

Ada beberapa tahapan dalam proses keputusan pembelian yaitu:

- a. *Problem recognition*, tahap pengenalan pertama dari proses keputusan pembeli di mana konsumen mengenali suatu masalah atau kebutuhan.
- b. *Search*, tahap proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen harus mencari lebih banyak informasi untuk dapat memenuhi keinginannya.

³³ Philip kotler, A. B Susanto, manajemen pemasaran di Indonesia Analisis, Perencanaan. Implementasi dan Pengendalian, Jakarta:Salemba empat,2000, h.251.

- c. *Alternative Evaluation*, konsep dasar yang menjelaskan proses evaluasi konsumen untuk menentukan alternative.
- d. *Choice*, Dalam tahap evaluasi, konsumen membuat peringkat atas merek dan membentuk niat untuk membeli. Biasanya, keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai, dan disinilah terjadinya pembelian yang sebenarnya.
- e. *Out Comes*, tindakan lanjut setelah pembelian produk/jasa, disini konsumen akan menilai puas atau tidak puas dengan keputusan yang telah diambil.

Adapun faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan adalah:³⁴

1. Faktor Budaya

a. Budaya

Budaya adalah faktor penentu paling pokok dari keinginan dan perilaku seseorang. Perilaku seseorang terbentuk ketika masih anak-anak yang memperoleh serangkaian tata nilai, persepsi, preferensi dan perilaku melalui keluarganya dan lembaga-lembaga lainnya. Sehingga perilaku antara seorang yang tinggal

³⁴Lina Fadliyah, skripsi, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Impulse Buying pada Konsumen Jilbab di Pasar Johar Semarang*, 2015, h. 23-27.

didaerah tertentu dapat berbeda dengan orang lain yang berada di lingkunganlain pula. Sehingga Pemasar sangat berkepentingan untuk menyediakan produk yang diinginkan konsumen.

b. Sub Budaya

Setiap Budaya terdiri dari sub-sub budaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi anggotanya yang lebih spesifik. Sub budaya meliputi kewarganegaraan, agama, kelompok ras, dan daerah geografis. Banyak sub budaya membentuk segmen pasar yang penting, dan para pemasar sering merancang produk dan program pemasaran sesuai kebutuhan mereka.

c. Kelas Sosial

Kelas sosial adalah susunan masyarakat yang relatif permanen dan teratur yang anggotanya memiliki nilai, minat, dan perilaku yang sama. Kelas sosial tidak ditentukan oleh faktor tunggal seperti pendapatan tetapi diukur sebagai kombinasi pekerjaan, pendapatan, pendidikan, kekayaan, dan variabel lainnya.

2. Faktor Sosial

a. Kelompok Perilaku

Seseorang dipengaruhi oleh faktor sosial seperti kelompok kecil. Kelompok adalah dua orang atau lebih yang berinteraksi untuk mencapai sasaran individu maupun bersama. Kelompok dapat mempengaruhi pilihan produk dan merek yang akan dipilih oleh seseorang.

b. Keluarga

Anggota keluarga merupakan kelompok primer yang paling berpengaruh terhadap perilaku pengambilan keputusan. Orientasi keluarga adalah keluarga yang terdiri dari orang tua yang memberikan arah dalam hal tuntunan agama dan politik, ekonomi, dan harga diri. Sehingga dengan memahami dinamika pengambilan keputusan dalam suatu keluarga, pemasar dapat dibantu dalam menetapkan strategi pemasaran yang terbaik bagi anggota keluarga yang tepat.

c. Peran dan Status

Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat ditentukan dari segi peran dan status. Setiap

peran membawa status yang mencerminkan penghargaan yang diberikan oleh masyarakat.

3. Faktor Pribadi

a. Usia

Usia sangat mempengaruhi perilaku konsumen. Antara anak-anak, remaja, bahkan orang dewasa memiliki perilaku yang berbeda satu sama lainnya sesuai dengan tingkat usianya.

b. Pekerjaan

Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya. Dengan demikian pemasar dapat mengidentifikasi kebutuhan kelompok sesuai dengan pekerjaan tertentu.

c. Situasi Ekonomi

Situasi ekonomi sangat mempengaruhi pilihan produk. Pemasar harus peka mengamati tren pendapatan, tabungan pribadi, dan tingkat bunga. Ketika indikator-indikator ekonomi tersebut menunjukkan adanya resesi, pemasar dapat mencari jalan untuk menetapkan posisi produknya.

d. Gaya Hidup

Orang yang berasal dari subbudaya, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama dapat

mempunyai gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup seseorang menunjukkan pola kehidupan orang yang bersangkutan yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapatannya.

e. Kepribadian dan Konsep Diri

Setiap orang mempunyai kepribadian yang khas dan ini akan mempengaruhi perilaku pembelaniannya. Kepribadian mengacu pada karakteristik psikologis yang unik yang menimbulkan tanggapan yang relatif konstan terhadap lingkungannya sendiri.

4. Faktor Psikologis

a. Motivasi Motivasi adalah suatu kebutuhan yang secara cukup dirangsang untuk membuat seseorang mencari kepuasan atas kebutuhannya.

b. Persepsi

Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi suatu gambaran yang berarti mengenai dunia.

c. Pembelajaran

Pembelajaran merupakan perubahan pada perilaku individu yang muncul dari pengalaman. Proses belajar berlangsung melalui dorongan,

rangsangan, petunjuk, tanggapan, dan penguatan yang saling menguatkan.

d. Keyakinan dan Sikap

Keyakinan adalah pemikiran deskriptif seseorang mengenai sesuatu. Sikap menggambarkan evaluasi, perasaan, dan kecenderungan seseorang terhadap suatu objek atau gagasan

b. Keputusan Pembelian Jasa dalam Ekonomi Islam

Dalam islam, perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah Swt. Setiap perilaku dirinya, yang berbentuk belanja sehari-hari tidak lain adalah manifestasi zikir dirinya atas nama Allah. Dengan demikian, dia lebih memilih jalan yang dibatasi Allah dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir, dan tidak tamak supaya hidupnya selamat dunia dan akhirat.³⁵

Keputusan pembelian dalam Islam dikenal dengan kata *الخيار* (*al-khiyar*), yang artinya mencari yang terbaik diantara dua pilihan, yaitu meneruskan atau membatalkan jual beli. Secara *lughah* (bahasa), *khiyar* berarti; memilih, menysihkan atau menyaring. Secara kebahasaan, kata *khiyar* berasal dari kata *khair* yang berarti baik. Dengan

³⁵ Muhammad Muflih, perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam, Jakarta:PT.Raja Grafindo Persada. 2006, h. 12.

demikian khiyar dalam pengertian bahasa dapat berarti memilih dan menentukan sesuatu yang terbaik dari dua hal atau lebih untuk dijadikan pegangan dan pilihan.

Hak *khiyar* ditetapkan syariat Islam bagi orang-orang yang melakukan transaksi perdata seperti konsumsi, agar tidak dirugikan dalam transaksi yang mereka lakukan, sehingga kemaslahatan yang dituju dalam suatu transaksi tercapai dengan sebaik-baiknya. Tujuan diadakan khiyar orang yang berjual beli dapat memikirkan kemaslahatan masing-masing lebih jauh, supaya tidak akan terjadi penyesalan di kemudian hari karena merasa tertipu.

Jadi, hak khiyar itu ditetapkan dalam Islam untuk menjamin kerelaan dan kepuasan timbal balik sehingga pihak-pihak yang melakukan jual-beli sama-sama merasa adil. Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam surat Al-Hujurat ayat 6 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan

*kamu menyesal atas perbuatanmu itu.” (Q.S Al-Hujurat:6)*³⁶

Dari ayat diatas dapat diketahui bahwa sebagai umat muslim hendaknya harus selalu berhati-berhati dalam menerima suatu berita atau informasi. Ketika kita tidak mempunyai pengetahuan tentang hal tersebut maka seharusnya periksa dan teliti terlebih dahulu. Ayat ini juga dapat dihubungkan dengan sikap hati-hati umat islam dalam membuat keputusan untuk mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk. Seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa terdapat tahapan-tahapan yang dilalui seseorang dalam pengambilan keputusan konsumen. Dimulai dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, pemilihan alternatif, pengambilan keputusan, dan perilaku pasca pembelian.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang pernah dilakukan mengenai pengaruh lokasi dan fasilitas terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih tempat kos yang menjadi rujukan peneliti ini, selengkapnya dapat dijelaskan pada tabel berikut :

³⁶ <https://quran.kemenag.go.id/index.php/result/49/6>, diakses pada tanggal 10-07-2018 jam 11.49.

Tabel 2,1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Nurul Badri (2012)	Analisis Faktor yang menjadi Pertimbangan dalam Memilih tempat kos di kawasan kampus UNEJ	Hasil penelitian menunjukkan bahwa banyak variabel yang merupakan pembentuk beberapa faktor yang menjadi acuan mahasiswa dalam memilih tempat kost di kawasan kampus UNEJ. Faktor-faktor tersebut meliputi Faktor Mobilitas, Faktor Ajakan, Faktor Harga, Faktor Fasilitas, dan Faktor Lingkungan.
2	Hafifah Rasti (2015)	Pengaruh lingkungan, harga, fasilitas dan kelompok referensi terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa rumah kos di kawasan limau manis dan jati. (Studi pada mahasiswa S1 Universitas	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1. Tanggapan mahasiswa terhadap variabel lingkungan dan fasilitas menunjukkan sebagian besar mahasiswa memberikan tanggapan sangat

		Andalas)	<p>setujurumah kos yang ditempati kondusif untuk beristirahat dan belajar.</p> <p>2. Tanggapan mahasiswa terhadap variabel keputusan pembelian menunjukkan sebagian besar mahasiswa memberikan tanggapan setuju terhadap keempat item pertanyaan dengan memiliki rata-rata skor sebesar 4,16. Nilai rata-rata tertinggi untuk alternatif jawaban terdapat pada item pertanyaan no 2 “saya memilih rumah kos berdasarkan mudah dijangkau atau tidaknya lokasi rumah</p>
--	--	----------	--

			kos”, sedangkan nilai rata-rata terendah terdapat pada item pertanyaan 4 “saya merasa rumah kos yang saya pilih nyaman sebagai tempat tinggal”.
3	Puspa Ningrum (2017)	Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih rumah kos dalam perspektif ekonomi islam (studi terhadap mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Raden Intan Lampung. (Studi terhadap Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Faktor internal yang mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih rumah kos terdiri dari sumber daya konsumen, motivasi, pengetahuan, kepribadian, sikap, gaya hidup dan faktor eksternal yaitu kelompok referensi. 2. Dalam Perspektif Ekonomi Islam

			pengambilan keputusan dalam hal ini yaitu sewa-menyewa (ijarah) rumah kost harus didasarkan pada rasa suka dan atas dasar kemampuan juga kemauan diri sendiri (tidak dipaksakan),
4	Andre Kurniawan (2015)	Analisis pengaruh lokasi dan fasilitas terhadap keputusan mahasiswa memilih tempat indekos dengan harga sewa indekos sebagai model variabel moderasi	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ada pengaruh yang signifikan lokasi terhadap keputusan mahasiswa memilih tempat kos Karena p-value sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan lokasi (X_1) terhadap keputusan mahasiswa memilih tempat indekos (Y). 2. Ada pengaruh yang signifikan fasilitas terhadap keputusan mahasiswa memilih

			<p>tempat kos Karena p-value sebesar $0,012 < 0,05$ maka H_0 ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan fasilitas (X2) terhadap keputusan mahasiswa memilih tempat indekos (Y).</p> <p>3. Ada pengaruh yang signifikan harga terhadap keputusan mahasiswa memilih tempat kos Karena p-value sebesar $0,048 < 0,05$ maka H_0 ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan harga sewa indekos (X3) terhadap keputusan mahasiswa memilih tempat indekos (Y).</p>
5	Septiana Indah Edy Puspita Purwaning Tyas (2009)	Pengaruh promosi, Lokasi, Fasilitas, Harga dan Kelompok acuan terhadap pemilihan rumah kos.	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dari kelima variabel promosi, Lokasi, Fasilitas, Harga dan Kelompok acuan secara simultan

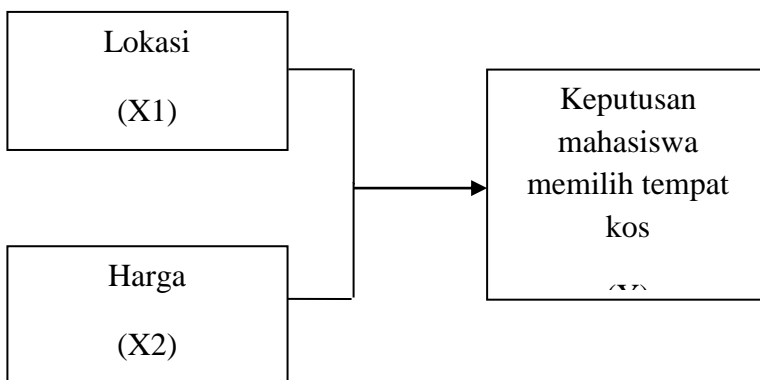
			<p>berpengaruh signifikan terhadap pemilihan tempat kos hanya sebesar 9%..</p> <p>2. Secara parsial, Atribut lokasi berpengaruh negatif terhadap pemilihan tempat kos.</p> <p>3. Secara parsial atribut harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemilihan tempat kos.</p> <p>4. Secara parsial atribut promosi, fasilitas dan kelompok acuan tidak berpengaruh terhadap pemilihan tempat kos.</p> <p>5. Secara parsial, atribut harga berpengaruh</p>
--	--	--	---

			positif dan signifikan terhadap pemilihan tempat kos.
--	--	--	---

2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis

Sejalan dengan tujuan penelitian dan kajian teori yang sudah diutarakan di atas selanjutnya akan diuraikan kerangka berfikir mengenai pengaruh lokasi dan fasilitas terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih tempat kos dengan harga sewa sebagai variabel moderating. Kerangka pemikiran teoritik penelitian dijelaskan pada gambar dibawah ini:

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Dari gambar di atas dapat dijelaskan bahwa variabel X_1 adalah lokasi, X_2 adalah harga. Sedangkan Y adalah keputusan

pembelian jasa, yaitu keputusan mahasiswa memilih tempat kos di wilayah sekitar kampus 3 UIN Walisongo Semarang.

2.4 Hipotesis

Hipotesis diartikan suatu jawaban yang sementara. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data terhadap suatu permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul.³⁷

2.4.1. Pada dunia bisnis perusahaan memerlukan strategi dalam mempertahankan dan meningkatkan usaha bisnisnya. Salah satu strategi usaha yaitu penentuan lokasi, dimana lokasi yang strategis akan semakin banyak dikunjungi atau dipilih. Suatu lokasi disebut strategis bila lokasi usaha dekat dengan pusat keramaian, mudah dijangkau (*aksesibilitas*), aman, dan tersedianya tempat parkir yang luas. Dalam jurnal yang ditulis oleh Andre Kurniawan mengatakan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan memilih tempat kos dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000.³⁸ Lokasi menjadi pertimbangan seseorang memutuskan pembelian jasa juga terdapat pada penelitian yang dilakukan Diandaris Nurhandika

³⁷Suharsimi Arikunto, *Prosedur penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2002, h. 64

³⁸Andre Kurniawan, *skripsi. Analisis pengaruh lokasi dan fasilitas terhadap keputusan mahasiswa memilih tempat indekos dengan harga sewa indekos sebagai model variabel moderasi*, Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 15 No 2. 2015.h.241.

Rahman, mengatakan bahwa dengan menetapkan lokasi usaha yang strategis maka konsumen akan lebih mudah untuk mencapai lokasi.³⁹ Berdasarkan penelitian terdahulu maka penulis memberikan hipotesis sebagai berikut :

H1 = Lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa memilih tempat kos.

2.4.2 Fungsi harga adalah membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Harga pasar ditetapkan melalui kesepakatan antara penjual dan pembeli. Dengan harga yang adil, kedua pihak akan memperoleh kepuasan masing-masing dan tidak ada pihak yang merasa dirugikan. Penelitian yang dilakukan oleh Meirani Fitriyaningsih dan Arif Pujiyono, bahwa secara simultan harga sewa mempengaruhi permintaan Rusunawa Undip ($\alpha = 5\%$).⁴⁰ Berdasarkan penelitian terdahulu maka penulis memberikan hipotesis sebagai berikut :

H2 = Harga berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa memilih tempat kos.

³⁹ Diandaris Nurhandika Rahman, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pemancingan Ngrembel Asri Gunungpati Semarang*. Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi. 2013.h. 81.

⁴⁰Meirani Fitriyaningsih dan Arif Pujiyono,. *Analisis Pengaruh Harga Sewa, Pendapatan Keluarga, Fasilitas, Lokasi dan Hara Substitusi Terhadap Permintaan Rusunawa Undip (Studi Kasus : Penghuni Rusunawa Undip Tahun 2011)*. Jurnal, h.23.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

3.1.1 Jenis Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan instrument berupa survey. Metode kuantitatif yaitu penelitian yang sifatnya dapat dihitung jumlahnya dengan menggunakan metode statistik. Lokasi yang diambil yaitu kampus Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Penulis mengambil data tentang pengaruh lokasi dan fasilitas terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih tempat kos dengan harga sewa sebagai variabel moderating. Dalam penelitian ini penulis telah membatasi responden yang akan dipilih yaitu mahasiswa UIN Walisongo Semarang yang menggunakan jasa tempat kos di daerah dekat dengan kampus 2 dan kampus 3. Info mengenai pengaruh lokasi dan fasilitas dengan adanya harga sewa sebagai variabel moderating dalam pengambilan keputusan mahasiswa dalam memilih tempat kos akan dikumpulkan melalui kuesioner dan wawancara..

3.1.2 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

a. Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh melalui jawaban kuisioner yang telah diisi oleh responden yang terpilih. Kuisioner tersebut diisi oleh obyek penelitian yaitu mahasiswa lama S1 Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang bertempat tinggal kos di sekitar Kampus 2 dan kampus 3.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh di pihak lain, berupa data olahan yang fungsinya memperkuat data primer. Sumber data sekunder adalah sumber-sumber seperti internet, jurnal, artikel, dan data dari perusahaan, seperti informasi mengenai gambaran umum mengenai kos-kosan yang terletak di sekitar kampus Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa S1 Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang melakukam pembelian jasa indekos di kawasan sekitar kampus 2 dan kampus 3 Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Daerah tersebut meliputi Jalan Tanjungsari, Jalan Ringinsari, Perumahan BPI (Bhakti Persada Indah), Perumahan Bank Niaga, dan Segaran 4. Karena banyak mahasiswa yang

menggunakan jasa tempat indkos yang jumlahnya tidak diketahui, maka penulis melakukan pengambilan sampel pada penelitian ini

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti, atau sampel dapat diartikan sebagian anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu, sehingga diharapkan dapat mewakili populasi.

Pengambilan sampel dalam penelitian dilakukan dengan pertimbangan bahwa populasi sangat besar sehingga tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh data yang ada karena memerlukan banyak biaya, waktu, dan tenaga. Oleh sebab itu, penelitian ini hanya menggunakan sebagian dari keseluruhan objek penelitian yang disebut sampel. Pengambilan dilakukan dengan cara memberikan kuesioner kepada responden yang ditemui peneliti yaitu mahasiswa S1 Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang terdiri dari delapan fakultas.

Dikarenakan jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti maka untuk menentukan besarnya sampel yaitu dengan menggunakan rumus *Unknown Populations*.⁴¹

⁴¹Uswatun Hasanah, *Analisis Faktor yang mempengaruhi Impulse Buying pada Penjualan Online (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 UIN Walisongo Semarang)*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2015, h.57-58.

$$n = \frac{z^2}{4\mu^2}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

Z = tingkat keyakinan sampel yang dibutuhkan dalam penelitian, pada $\alpha = 5\%$

(derajat keyakinan ditentukan 95%) maka $Z = 1,96$

μ =margin of error, tingkat kesalahan yang dapat ditolerir (ditentukan 10%)

Dengan menggunakan rumus diatas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2}{4\mu^2}$$

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = 96,4 \approx 100 \text{ responden}$$

Dari hasil perhitungan tersebut maka diketahui besar sampel yang diperlukan adalah 100 responden.

3.2.2 Definisi Operasional

Definisi operasional variabel merupakan suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan memberi arti atau menspesifikasikan kegiatan atau memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Untuk mengetahui variabel-variabel yang akan diteliti dan mengukur

kekurangan dan kelebihan dari variabel-variabel tersebut, maka diberikan definisi operasional sebagai berikut :

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Konsep	Indikator	Skala
1	Lokasi (X ₁)	Lokasi adalah suatu tempat yang sebelumnya telah ditetapkan oleh pemilik kos ketika akan membangun sebuah tempat kos dengan pertimbangan-pertimbangan yang matang. Atau dapat dikatakan lokasi adalah suatu tempat dimana sebuah kos terletak.	1. Lokasi kos yang bersih 2. Jarak lokasi kos dengan kampus 3. Lokasi kos dekat dengan akses yang Diperlukan 4. Lokasi menghemat biaya transportasi 5. Lokasi kos aman .	Skala likert
2	Harga (X ₂)	Harga merupakan sejumlah uang yang	1. Harga yang murah 2. Sewa bulanan 3. Sewa tahunan	Skala likert

		dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut	4.Lokasi dan fasilitas sesuai keinginan.	
3	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternative	1.Kesesuaian dengan kemampuan finansial 2.Mudah dijangkau atau tidaknya lokasi rumah kos yang akan dipilih 3.Kenyamanan rumah kos sebagai tempat tinggal	Skala likert

3.3 Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Kuesioner

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan kuesioner yaitu dengan cara melakukan pengumpulan data yang disajikan dalam bentuk pernyataan-pernyataan kepada responden terkait dengan pelayanan yang diterima sehingga responden dapat memberikan jawaban atas pertanyaan secara tertulis dengan bentuk pilihan jawaban yang telah disediakan dan responden tinggal memilih jawaban yang sesuai.⁴²

Metode kuesiner adalah metode pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada responden dengan harapan responden merespon daftar pertanyaan atau pernyataan tersebut. Instrumen penelitian ini bersifat terbuka dan tertutup. Pertanyaan terbuka adalah jika jawaban tidak disediakan sebelumnya, sedangkan bersifat tertutup adalah jika alternative jawaban telah disediakan. Kuesioner yang digunakan disini adalah metode tertutup karena jawaban telah disediakan dan pengukurannya

⁴²Hafifah Rasti, *Pengaruh lingkungan, harga , fasilitas dan kelompok referensi terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa rumah kos di kawasan limau manis dan jati. (Studi pada mahasiswa S1 Universitas Andalas)*, Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas ekonomi, h. 35.

menggunakan skala likert, yaitu skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut: ⁴³

1. SS : Sangat Setujunilainya 5
2. S : Setujunilainya 4
3. KS : KurangSetuju 3
4. TS : Tidak Setujunilainya 2
5. STS : Sangat Tidak Setujunilainya 1

3.3.2 Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan cara menggunakan pertanyaan lisan kepada responden. Hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan informasi dan gambaran permasalahan yang biasanya terjadi, namun kerena keterbatasan yang ada tidak dapat dijelaskan dengan kuesioner.

Secara garis besar ada dua macam pedoman wawancara:⁴⁴

a. Pedoman wawancara tidak terstruktur

Yaitu pedoman wawancara yang hanya memuat garis besar yang akan ditanyakan, tentu saja kreatifitas pewawancara sangat diperlukan. Pertanyaan spontan dan biasa digunakan orang-orang yang ahli (*expert*).

⁴³Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBMSPSS*, Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2013, h. 45.

⁴⁴ Syofian siregar, *Metode penelitian kuantitatif : dilengkapi perbandingan perhitungan manual dan SPSS*. Jakarta: PT fajar Interpratama Mandiri. 2013. h.18.

b. Pedoman wawancara terstruktur

Yaitu pedoman wawancara yang disusun secara terperinci sehingga menyerupai *check list*. Pewawancara tinggal membubuhkan tanda (check) pada nomor yang sesuai.

Dalam penelitian ini wawancara yang digunakan yaitu model pedoman wawancara terstruktur, dimana sebelum melakukan wawancara penulis sudah terlebih dahulu menyusun daftar pertanyaan secara terperinci dan pada saat wawancara penulis hanya perlu membubuhkan tanda (check) pada nomor yang sesuai.

3.4 Metode Analisis Data

Analisis data merupakan suatu proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah untuk dibaca. Dengan menggunakan metode kuantitatif, diharapkan akan didapatkan hasil pengukuran yang akurat tentang respon yang diberikan responden, sehingga data yang berbentuk angka dapat diolah dengan menggunakan metode statistik.

3.4.1 Uji Validitas dan Uji Reabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Salah satu metode untuk mengukur validitas adalah dengan melakukan

korelasi antara skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau vatiabel.⁴⁵

Sedangkan uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Salah satu metode pengukuran reliabilitas adalah menggunakan SPSS. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reabilitas dengan uji statistic Cronbach Alpha (α).⁴⁶

Untuk mengetahui kuesioner tersebut sudah *reliable* akan dilakukan pengujian reliabilitas kuesioner dengan bantuan program komputer SPSS. Kriteria penilaian uji reliabilitas, adalah:

- Apabila hasil koefisien Alpha lebih besar dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut *reliable*.
- Apabila hasil koefisien Alpha lebih kecil dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak *reliable*.

3.4.2 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu akan dilakukan pengujian terjadinya penyimpangan terhadap asumsi klasik. Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui kondisi data yang dipergunakan dalam penelitian. Hal tersebut dilakukan agar diperoleh model analisis yang tepat. Model

⁴⁵Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBMSPSS*, Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2013, h.52

⁴⁶Ibid, h.47-48

analisis regresi penelitian ini mensyaratkan uji asumsi terhadap data yang meliputi:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal atau tidak dimana model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Salah satu cara untuk melihat distribusi normal adalah dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan analisis grafik yang dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- a. Jika data menyebar sekitar garis normal dan mengikuti arah garis diagonal grafik, maka hal ini ditunjukkan pada distribusi normal sehingga model persamaan regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal grafik maka hal ini tidak menunjukkan pola distribusi normal sehingga persamaan regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara *variable independen*. Jika *variable independen* saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak *orogonal*. *Variable orthogonal* adalah *variable independen* yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut :

- a. Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen..
- b. Mengalisis matrik korelasai variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0.90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolonieritas. Multikolonieritas dapat disebabkan karena adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel independen.
- c. Multikolonieritas dapat juga dilihat dari (1) nilai *tolerance* dan lawannya. (2) *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel

independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel dependen (terikat) dan diregresi terhadap variabel independen lainnya. Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai $Tolerance \leq 0.10$ atau sama dengan $VIF \geq 10$.⁴⁷

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Kebanyakan data *crossection* mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini

⁴⁷Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBMSPSS*, Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2013, h.105-106.

menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, besar).

Salah satu cara untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertutup pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-studentized.

Dengan dasar analisis sebagai berikut:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.⁴⁸

3.4.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Alat ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen, dimana variabel

⁴⁸Ibid, h.139

independen terdiri lebih dari satu variabel.⁴⁹ Pada regresi linear berganda variabel independen (X) yang diperhitungkan pengaruhnya terhadap variabel dependen (Y). Maka persamaan regresi linear berganda ini adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

- Y : Keputusan pembelian
- a : Konstanta
- b₁ : Koefisien regresi untuk variabel X₁
- b₂ : Koefisien regresi untuk variabel X₂
- b₃ : Koefisien regresi untuk variabel X₃
- X₁ : Variabel lokasi
- X₂ : Variabel fasilitas
- X₃ : Variabel harga
- e : *Standard error* (tingkat kesalahan)

3.4.4 Uji Hipotesis

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, maka perlu dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Metode pengujian terhadap hipotesis yang diajukan, dilakukan pengujian secara simultan menggunakan Ujit, Uji F, dan pengujian Koefisien Determinasi (R²).

⁴⁹Romie Priyastama, *Buku Sakti Kuasai SPSS*, Yogyakarta:Start Up, 2017, h. 154.

a. Uji F

Uji statistik F digunakan untuk mencari apakah semua variabel independen yang digunakan dalam model regresi secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen atau untuk mengetahui keputusan hipotesis diterima atau ditolak.⁵⁰

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisiensi determinasi digunakan secara keseluruhan untuk mengukur ketepatan. Koefisiensi determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisiensi determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjalankan variasi variabel dependen terbatas.⁵¹

c. Uji t

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel

⁵⁰ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0* Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009, h. 81.

⁵¹ Hafifah Rasti, *Pengaruh lingkungan, harga, fasilitas dan kelompok referensi terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa rumah kos di kawasan limau manis dan jati. (Studi pada mahasiswa S1 Universitas Andalas)*, Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas ekonomi, h. 59.

dependen. Uji parsial ini memiliki tujuan untuk menguji atau mengkonfirmasi hipotesis secara individual.⁵²

Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai dengan t tabel. Apabila t tabel $>$ t hitung dengan signifikansi dibawah 0,05 Apabilattabel $>$ t hitung dengansignifikasidibawah (0,5%), maka secara parsial variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat, begitu juga sebaliknya. Wilayah kritik: Tolak H_0 jika nilai signifikansi dengan Uji $t \leq$ nilai alpha (0,05).

⁵²Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBMSPSS*, Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2013, h. 98

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum UIN Walisongo Semarang

a. Sejarah UIN Walisongo

UIN Walisongo yang sebelumnya IAIN Walisongo diresmikan melalui Keputusan Menteri Agama RI (KH.M. Dachlan) pada tanggal 6 April 1970 No. 30 dan 31. Awalnya, Perguruan Tinggi Agama Islam ini memiliki 5 fakultas yang tersebar di berbagai kota di Jawa Tengah, yaitu: Fakultas Dakwah di Semarang, Fakultas Syari'ah di Bumiayu, Fakultas Syari'ah di Demak, Fakultas Ushuluddin di Kudus, dan Fakultas Tarbiyah di Salatiga. Namun, ide dan upaya perintisannya sudah dilakukan sejak tahun 1963, melalui pendirian fakultas-fakultas Agama Islam di beberapa daerah tersebut yang dilakukan secara sporadis oleh para ulama sebagai representasi pemimpin agama dan para birokrat santri. Keberadaan UIN Walisongo, pada awalnya tidak dapat dipisahkan dari kebutuhan masyarakat santri di Jawa Tengah akan terselenggaranya lembaga pendidikan tinggi yang menjadi wadah pendidikan pasca pesantren. Hal tersebut disebabkan oleh kenyataan bahwa Jawa Tengah adalah daerah yang memiliki basis pesantren yang sangat besar. Dengan demikian, lembaga pendidikan tinggi ini harus mampu memposisikan diri sebagai penerus tradisi pesantren

serta harus memerankan diri sebagai lembaga pendidikan tinggi yang melakukan diseminasi keilmuan sebagaimana layaknya perguruan tinggi.

Para pendiri IAIN ini secara sadar memberi nama Walisongo. Nama besar ini menjadi simbol sekaligus spirit bagi dinamika sejarah perguruan tinggi agama Islam terbesar di Jawa Tengah ini. Tentu dalam bentangan sejarahnya, UIN terlibat dalam pergulatan meneruskan tradisi dan cita-cita. Islam inklusif ala Walisongo, sembari melakukan inovasi agar kehadirannya dapat secara signifikan berdaya guna bagi upaya mencerdaskan kehidupan bangsa dan secara nyata berkhidmah untuk membangun peradaban umat manusia. Spirit inilah yang dikembangkan menuju UIN Walisongo sebagai *center of excellence* perguruan tinggi agama Islam di Indonesia.

Sejak 19 Desember 2014, IAIN Walisongo resmi menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo bersamaan dengan dua UIN yang lain, yaitu UIN Palembang dan UIN Sumut. Peresmian dan penandatanganan prasasti dilakukan oleh Presiden Joko Widodo di Istana Merdeka. Transformasi tersebut membuat UIN Walisongo kini memiliki 8 Fakultas program sarjana, diantaranya: Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Fakultas Syari'ah dan Hukum, Fakultas Ilmu Tarbiyah

dan Keguruan, Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, Fakultas Sains dan Teknologi, Fakultas Psikologi dan Kesehatan, dan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, serta Program Pasca Sarjana.⁵³

b. Visi, Misi dan Tujuan UIN Walisongo⁵⁴

Visi

Universitas Islam Riset Terdepan Berbasis pada Kesatuan Ilmu Pengetahuan untuk Kemanusiaan dan Peradaban

Misi

1. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran IPTEKS berbasis kesatuan ilmu pengetahuan untuk menghasilkan lulusan professional dan berakhlak al-karimah;
2. Meningkatkan kualitas penelitian untuk kepentingan Islam, ilmu dan masyarakat;
3. Menyelenggarakan pengabdian yang bermanfaat untuk pengembangan masyarakat;
4. Menggali, mengembangkan dan menerapkan nilai-nilai kearifan lokal;
5. Mengembangkan kerjasama dengan berbagai lembaga dalam skala regional, nasional, dan internasional;

⁵³[https://id.wikipedia.org/wiki/Universitas Islam Negeri Walisongo](https://id.wikipedia.org/wiki/Universitas_Islam_Negeri_Walisongo), diakses pada tanggal 10-07-2018 jam 13:32.

⁵⁴http://walisongo.ac.id/?page_id=79, diakses pada tanggal 10-07-2018 jam 13:27.

6. Mewujudkan tata pengelolaan kelembagaan professional berstandar internasional.

Tujuan

1. Melahirkan lulusan yang memiliki kapasitas akademik dan profesional dengan keluhuran budi yang mampu menerapkan dan mengembangkan kesatuan ilmu pengetahuan.
2. Mengembangkan riset dan pengabdian kepada masyarakat yang kontributif bagi peningkatan kualitas kehidupan masyarakat dalam beragama, berbangsa dan bernegara.

c. Letak Geografis UIN Walisongo

Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo adalah satu-satunya Perguruan Tinggi Islam Negeri di wilayah Kota Semarang. Kantor Rektorat berada di Jalan Walisongo atau sering disebut Krapyak atau Ngaliyan, Kota Semarang atau lebih mudahnya di samping Jalan Pantura. Kampus ini memiliki 3 Kampus, diantaranya:

1. Kampus 1, meliputi: Gedung Rektorat, Wisma Walisongo, Audit 1, Program Pascasarjana, Lapangan Tennis, Poliklinik Walisongo, dll.
2. Kampus 2, meliputi: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, Fakultas Sains dan Teknologi, Perpustakaan Fakultas,

Pusat Kegiatan Mahasiswa Fakultas, Ma'had Walisongo Putri, dll.

3. Kampus 3, meliputi: Pusat Pengembangan Bahasa, Fakultas Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Fakultas Dakwah, Fakultas Psikologi dan Kesehatan, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Koperasi Mahasiswa, Perpustakaan Universitas dan Fakultas, Audit 2, Gedung Serba Guna, Pusat Kegiatan Mahasiswa Fakultas dan Universitas, dll.

Berikut adalah letak geografis UIN Walisongo Semarang:

1. Kampus 1

Sebelah Timur : Segaran Baru

Sebelah Utara : Tugu

Sebelah Barat : Margoyoso

Sebelah Selatan: Segaran lama

2. Kampus 2

Sebelah Timur : Perumahan BPI

Sebelah Utara : Segaran 4

Sebelah Barat : Persawahan

Sebelah Selatan: Perumahan Villa Ngaliyan Permai

3. Kampus 3

Sebelah Timur : Ringin Sari

Sebelah Utara : Perumahan Bank Niaga

Sebelah Barat : Persawahan

Sebelah Selatan: Tanjungsari

4.1.2 Diskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini yaitu mahasiswa S1 Universitas Islam Negeri Waliosongo Semarang. Responden yang menjadi obyek penelitian ini berjumlah 100 yang penulis temui pada saat penelitian berlangsung. Karakteristik responden yang diteliti dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin responden, fakultas responden, tahun angkatan responden, pendapatan orang tua responden, domisili kos dan tingkat penggunaan kos. Dalam penelitian ini penggolongan responden dilakukan untuk mengetahui secara jelas dan akurat mengenai gambaran responden sebagai objek penelitian. Gambaran umum responden dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin

Berdasarkan dari data yang telah diolah, maka hasil persebaran responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.1 berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan
Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
1	Perempuan	67	67
2	Laki-laki	33	33
	Jumlah	100	100

Sumber: Data Primer, tahun 2018.

Berdasarkan tabel 4.1 yaitu deskripsi identitas responden berdasarkan jenis kelamin, menunjukkan bahwa responden yang terbanyak yaitu berjenis kelamin perempuan yaitu 67 responden (67%) , sedangkan laki-laki hanya 33 responden (33%).

b. Fakultas

Berdasarkan dari data yang telah diolah, maka dari penelitian 100 orang responden dengan klasifikasi berdasarkan fakultas dapat dilihat pada Tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4.2

Karakteristik Responden

Berdasarkan Fakultas

No	Fakultas	Frekuensi	Presentase (%)
1	Dakwah dan Komunikasi	13	13
2	Ushuludin dan Humaniora	10	10
3	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan	22	22
4	Syariah dan Hukum	9	9
5	Ekonomi dan Bisnis Islam	20	20
6	Sains dan Teknologi	13	13
7	Psikologi dan Kesehatan	8	8

8	Ilmu Sosial dan Politik	5	5
	Jumlah	100	100

Sumber: Data Primer, tahun 2018.

Dari tabel 4.2 diatas dapat diketahui bahwa responden berasal dari fakultas yang bervariasi, antara lain Fakultas Dakwah dan Komunikasi sebanyak 13 responden (13%), Fakultas Ushuludin dan Humaniora sebanyak 10 responden (10%), Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan sebanyak 22 responden (22%), Fakultas Syariah dan Hukum sebanyak 9 responden (9%), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebanyak 20 responden (20%), Fakultas Sains dan Teknologi sebanyak 13 responden (13%), Fakultas Psikologi dan Kesehatan sebanyak 8 (8%) dan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik sebanyak 5 responden (5%). Dari data tersebut dapat diketahui bahwa mahasiswa yang berasal dari Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan merupakan responden yang paling banyak menjadi responden dalam penelitian ini yaitu sebanyak 22 responden dengan tingkat presentase 22%.

c. **Pendapatan Orang Tua Responden**

Kemampuan mahasiswa atau mahasiswi dalam melakukan keputusan memilih tempat kos biasanya sangat dipengaruhi oleh tingkat pendapatan orang tuanya. Oleh karena itu tingkat pendapatan orang tua responden dikelompokkan untuk membantu memudahkan penulis dalam

penelitian ini. Pengelompokkan tingkat pendapatan orang tua responden tersebut dilihat pada tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan
Pendapatan Orang Tua

No	Pendapatan Orang Tua	Frekuensi	Presentase (%)
1	< Rp 1.000.000	21	21
2	Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000	48	48
3	Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000	20	20
4	Rp 3.000.000 = Rp 4.000.000	8	8
5	> Rp 5.000.000	3	3
	Jumlah	100	100

Sumber: Data Primer, tahun 2018.

Dari Tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa dari keseluruhan pendapatan orang tua responden yang ada, didominasi pendapatan orang tua responden yang memiliki pendapatan Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000 yaitu 48responden (48%), pendapatan orang tua responden yang memiliki pendapatan < Rp 1.000.000 yaitu 21responden (21%), pendapatan orang tua responden yang memiliki pendapatan Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000 yaitu 20responden (20%), pendapatan orang tua responden yang memiliki

pendapatan Rp 3.000.000 = Rp 4.000.000 yaitu 8 responden (8%) dan pendapatan orang tua responden yang memiliki pendapatan > Rp 5.000.000 hanya ada 5 responden (5%). Dari data di atas menunjukkan bahwa pendapatan orang tua responden yang melakukan keputusan memilih tempat kos rata-rata memiliki pendapatan mulai kurang dari Rp 1.000.000 sampai Rp 4.000.000.

d. Domisili kos Responden

Dalam bagian ini responden dibagi berdasarkan kelompok Domisili kos. Pembagiannya dapat dilihat pada Tabel 4.4 di bawah ini:

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan

Domisili Kos

No	Domisili Kos	Frekuensi	Presentase (%)
1	Tanjungsari	34	34
2	Ringinsari	12	12
3	Perum. Bank Niaga	14	14
4	Perum. BPI	13	13
5	Segaran 4	27	27
	Jumlah	100	100

Sumber: Data Primer, tahun 2018.

Dari tabel 4.4 menunjukkan frekuensi distribusi penyebaran kuisioner berdasarkan domisili responden didominasi oleh responden yang berdomisili di daerah tanjungsari yaitu sebanyak 34 responden (34%), sedangkan paling sedikit yaitu di daerah ringinsari hanya 12 responden (12%).

e. Tingkat Penggunaan Tempat Kos

Dalam bagian ini responden dibagi berdasarkan kelompok Domisili kos. Pembagiannya dapat dilihat pada Tabel 4.5 di bawah ini:

Tabel 4.5
Karakteristik Berdasarkan Tingkat
Penggunaan Tempat Kos

No	Tingkat Penggunaan Kos	Frekuensi	Presentase (%)
1	1 kali	52	52
2	2 kali	14	14
3	3 kali	16	16
4	>4 kali	17	17
	Jumlah	100	100

Sumber: Data Primer, tahun 2018.

Dari data tabel 4.5 dapat dilihat bahwa rata-rata responden melakukan keputusan memilih tempat kos,

penggunaan atau pemilihan lokasi tempat kos hanya 1 kali merupakan rekuensi tertinggi yaitu sebanyak 52 responden (52%). Hal ini disebabkan karena mahasiswa sudah merasa nyaman dengan lingkungan kos yang lama, fasilitas, lokasi, maupun harga kos yang sudah sesuai, sehingga mahasiswa memilih menetap dan tidak berpindah-pindah kos.

4.2 Deskripsi Variabel Penelitian

4.2.1 Lokasi

Lokasi adalah suatu tempat yang sebelumnya telah ditetapkan oleh pemilik kos ketika akan membangun sebuah tempat kos dengan pertimbangan-pertimbangan yang matang. Atau dapat dikatakan lokasi adalah suatu tempat dimana sebuah kos terletak. Variabel lokasi dalam penelitian ini diukur menggunakan 5 indikator. Berikut ini adalah hasil tanggapan dari responden terhadap masing-masing indikator:

Tabel 4.6

Hasil Tanggapan Responden Mengenai Lokasi

Variabel	Indikator	Skor					Jml Jawaban
		STS 1	TS 2	KS 3	S 4	SS 5	
Lokasi	Lokasi kos yang bersih	0	1	1	4 0	58	100
	Jarak lokasi kos dengan kampus	0	5	9	3 4	52	100
	Lokasi kos dekat dengan akses yang diperlukan	0	5	9	5 1	35	100

	Lokasi menghemat biaya transportasi	0	4	12	38	46	100
	Lokasi kos aman	0	0	1	30	69	100
Jumlah Skor		0	15	32	193	260	

Sumber: Data Primer, tahun 2018.

4.2.2 Harga

Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Variabel harga dalam penelitian ini diukur menggunakan 4 indikator. Berikut ini adalah hasil tanggapan dari responden terhadap masing-masing indikator:

Tabel 4.7

Hasil Tanggapan Responden Mengenai Harga

Variabel	Indikator	Skor					Jml Jawaban
		STS 1	TS 2	KS 3	S 4	SS 5	
Harga	Harga yang murah	0	3	11	39	47	100
	Sewa bulanan	0	19	30	25	26	100
	Sewa	5	13	24	48	10	100

	tahunan						
	Lokasi dan fasilitas sesuai keinginan.	11	25	26	29	9	100
Jumlah Skor		16	60	91	141	92	

Sumber: Data Primer, tahun 2018.

4.2.3 Keputusan Pembelian Jasa

Keputusan pembelian sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternative. Variabel harga dalam penelitian ini diukur menggunakan 3 indikator. Berikut ini adalah hasil tanggapan dari responden terhadap masing-masing indikator:

Tabel 4.8

Hasil Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian

Variabel	Indikator	Skor					Jml Jawaban
		STS 1	TS 2	KS 3	S 4	SS 5	
Keputusan Pembelian	Kesesuaian dengan kemampuan finansial	0	1	8	63	28	100
	Mudah dijangkau atau tidaknya lokasi rumah kos yang akan	0	1	6	61	32	100

	dipilih						
	Kenyamanan rumah kos sebagai tempat tinggal	7	17	26	39	11	100
Jumlah Skor		7	19	40	163	71	

Sumber: Data Primer, tahun 2018.

4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu teknik statistik yang digunakan untuk menguji keabsahan (validitas) suatu alat ukur (instrumen) penelitian berupa kuesioner. Suatu instrumen penelitian dikatakan valid apabila instrumen tersebut benar-benar dapat mengukur apa yang seharusnya akan diukur. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan *Pearson Correlation* dan menggunakan teknik *Product Moment* yaitu skor tiap item dikorelasikan dengan skor total, kemudian dibandingkan dengan angka kritis pada taraf signifikansi 5% dan pada baris df (*degree of freedom*) $N = 100$ sehingga diperoleh nilai r_{tabel} 0,196. Jadi apabila nilai *Pearson Correlation* atau r_{hitung} lebih besar dari angka kritis r_{tabel} sebesar 0,196, maka pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid. Hasil dari uji validitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.9 sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Variabel-Variabel Penelitian

Variabel	Pernyataan	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Validitas
Lokasi	X1.1	0,620	0,196	Valid
	X1.2	0,797	0,196	Valid
	X1,3	0,706	0,196	Valid
	X1.4	0,808	0,196	Valid
	X1.5	0,499	0,196	Valid
Harga	X2.1	0,495	0,196	Valid
	X2.2	0,609	0,196	Valid
	X2.3	0,365	0,196	Valid
	X2.4	0,511	0,196	Valid
Keputusan Pembelian Jasa	Y1	0,524	0,196	Valid
	Y2	0,632	0,196	Valid
	Y3	0,775	0,196	Valid

Sumber: Data Primer, tahun 2018.

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 4.9 dapat disimpulkan bahwa masing-masing item pernyataan dalam kuesioner penelitian ini dinyatakan valid dan bisa digunakan sebagai instrumen atau alat ukur untuk mengukur variabel yang bersangkutan. Dapat dikatakan valid karena nilai r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan nilai r_{tabel} $\alpha=5\%$, $df = n-2$, dimana $n = 100$.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Reabilitas (keandalan/dapat dipercaya) merujuk pada kemampuan suatu instrumen untuk mengukur apa yang akan

diukur secara konsisten dari waktu ke waktu, sedemikian sehingga instrumen tersebut diandalkan. Uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung nilai *Cronbach's Alpha* dari masing-masing instrumen dalam suatu variabel. Jika koefisien *Cronbach's Alpha* $> 0,6$ maka item-item pertanyaan dinyatakan reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian. Sebaliknya jika koefisien *Cronbach's Alpha* $< 0,6$ maka item-item pertanyaan dinyatakan tidak reliabel dan tidak dapat digunakan dalam penelitian. Hasil dari uji reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.10 sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas Variabel-Variabel Penelitian

Variabel	Cronbach's Alpha	Ambang Batas	Reliabel/ Tidak
Lokasi	0,776	0,6	Reliabel
Harga	0,616	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian Jasa	0,731	0,6	Reliabel

Sumber: Data Primer, tahun 2018.

Hasil uji reliabilitas pada tabel diatas menunjukkan nilai koefisien *Cronbach's Alpha* dari masing-masing variabel adalah $X_1 = 0,776$, $X_2 = 0,616$ dan $Y = 0,731$ dimana nilai-nilai tersebut $>$ dari 0,6 maka item pertanyaan diatas dinyatakan reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian.

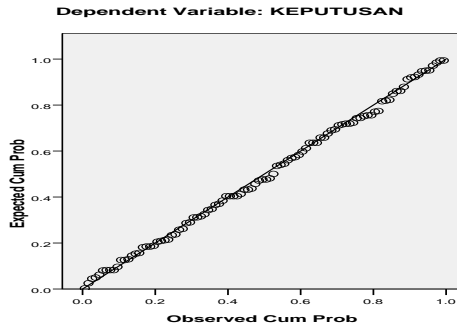
4.4 Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi data mengikuti atau mendekati distribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis grafik dan juga menggunakan uji kolmogorov-smirnov dengan melihat dari nilai kolmogorov smirnov z dan nilai Asymp. Signya.

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data Primer, tahun 2018.

Hasil metode grafik P-P Plot di atas menunjukkan bahwa titik-titik berada tidak jauh dari garis diagonal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal.

Tabel 4.11
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Residual
N		100
Normal	Mean	,00
Parameter	Std. Deviation	1,340
s(a,b)		
Most	Absolute	,044
Extreme	Positive	,044
Differenc	Negative	-,028
es		
Kolmogorov-Smirnov Z		,437
Asymp. Sig. (2-tailed)		,991

a Test distribution is Normal.

b Calculated from data.

Sumber: Data Primer, tahun 2018.

Uji Normalitas menggunakan *One Kolmogorov Smirnov* atau uji K-S. Pada penelitian ini Data dinyatakan normal apabila nilai signifikansi (*Asymp Sig 2 tailed*) lebih dari 0,05. Dari hasil uji di atas dapat diketahui bahwa nilai kolmogorov smirnov Z sebesar 0,437 dengan nilai signifikansi (*Asymp Sig 2 tailed*) di atas yaitu 0,991 lebih besar dari 0.05 maka dapat disimpulkan data terdistribusi normal.

4.4.2 Uji Multikolonieritas

Pengujian Multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah antara variabel independen memiliki hubungan atau tidak satu sama lainnya. Uji Multikolinieritas perlu dilakukan karena

jumlah variabel independen dalam penelitian ini berjumlah lebih dari satu.

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF	B	Std. Error
1	(Constant)	3,629	1,419		2,559	,012		
	LOKASI	,216	,056	,348	3,885	,000	,959	1,042
	HARGA	,233	,069	,301	3,361	,001	,959	1,042

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Sumber: Data Primer, tahun 2018.

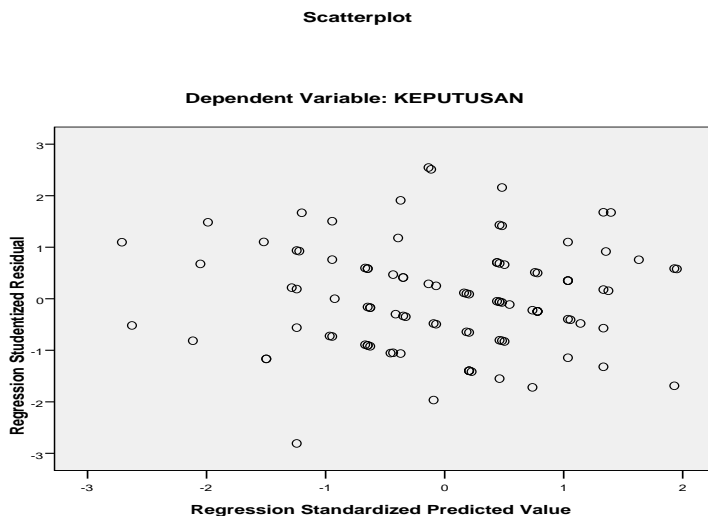
Hasil Uji Multikolonieritas dari tabel 4.12 menunjukkan bahwa nilai tolerance $> 0,1$ dan hasil perhitungan nilai *Varieance Inflation Factor* (VIF) < 10 , hal ini berarti bahwa diantara variabel independen didalam penelitian ini tidak terjadi hubungan atau tidak memiliki hubungan satu sama lainnya. sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terdapat Multikolinieritas.

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terdapat kesamaan atau ketidak samaan varians antara pengamatan yang satu dengan pengamatan yanglainnya. Pengujian heteroskedastisitas menggunakan grafik

scatterplot. Adapun hasil uji statistik Heterokedasitas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 4.2
Hasil Uji Heteroskedastisitas:



Sumber: Data Primer, tahun 2018.

Dari grafik Scatterplot diatas terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini.

4.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Uji persamaan regresi berganda pada penelitian ini yaitu untuk melihat sejauh mana kemampuan suatu model menerangkan variasi

variabel independen. Dengan metode Regresi Linear berganda adalah sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients(a)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF	B	Std. Error
1 (Constant)	3,629	1,419		2,559	,012		
LOKASI	,216	,056	,348	3,885	,000	,959	1,042
HARGA	,233	,069	,301	3,361	,001	,959	1,042

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Sumber: Data Primer, tahun 2018.

Dari tabel diatas dapat diketahui sebuah persamaan regresi linier sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 3,629 + 0,216X_1 + 0,233X_2$$

Dimana Y = Keputusan Pembelian Jasa

a = Konstanta

b₁ = Koefisien Regresi untuk variabel X₁

b₂ = Koefisien Regresi untuk variabel X₂

b₃ = Koefisien Regresi untuk variabel X₃

X₁ = Lokasi

X₂ = Fasilitas

X₃ = Harga

Persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. *Constant* sebesar 3,629 artinya apabila semua variabel bebas (independen) yaitu Lokasi Harga nilainya 0 maka keputusan mahasiswa memilih tempat indekos (Y) adalah positif.
- b. Variabel Lokasi memiliki koefisien regresi sebesar 0,216 adalah bernilai positif, artinya bila terjadi peningkatan 1 satuan variabel dimana faktor-faktor lain konstan akan dapat meningkatkan keputusan memilih kos sebesar 0,216. Dengan demikian, dapat dinyatakan semakin strategis lokasi kos maka dapat meningkatkan keputusan mahasiswa dalam memilih tempat kos.
- c. Variabel Harga memiliki koefisien regresi sebesar 0,233 adalah bernilai positif, artinya bila terjadi peningkatan 1 satuan variabel dimana faktor-faktor lain konstan akan dapat meningkatkan keputusan dapat meningkatkan keputusan mahasiswa dalam memilih tempat kos. sebesar 0,233. Dengan demikian, dapat dinyatakan jika harga sewa kos murah dan terjangkau maka dapat meningkatkan keputusan mahasiswa dalam memilih tempat kos.

Melalui nilai *standardized coefficients* yang terdapat pada tabel 4.15, dapat diketahui bahwa diantara kedua variabel yang mempengaruhi Keputusan Pembelian, variabel lokasi memberikan pengaruh yang paling besar terhadap Keputusan Pembelian, artinya lokasi sangat berperan penting dalam keputusan pembelian konsumen,

lokasi yang strategis dan mudah dijangkau maka konsumen akan melakukan pembelian. Sedangkan Variabel fasilitas memberikan pengaruh yang paling kecil terhadap Keputusan Pembelian.

4.6 Uji Hipotesis

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terdapat variabel terikat, maka perlu dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Metode pengujian terhadap hipotesis yang diajukan, dilakukan pengujian secara simultan menggunakan Uji F, Uji Koefisien Determinasi (R^2) dan Uji t.

4.6.1 Uji F

Uji statistik F pada dasarnya untuk menunjukkan apakah ada pengaruh secara bersama-sama antara variabel dependen (Y) dengan variabel independen (X). Model regresi ini dikatakan berpengaruh secara bersama-sama apabila nilai probabilitas signifikansi dari tabel anova kurang dari 0,05 ($\text{Sig} < 0,05$) maka variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen, sebaliknya apabila probabilitas signifikansinya lebih dari 0,05 ($\text{Sig} > 0,05$) maka variabel independen tersebut secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 4.14**Hasil Uji F****ANOVA(b)**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	60,435	2	30,218	16,492	,000(a)
	Residual	177,725	97	1,832		
	Total	238,160	99			

a Predictors: (Constant), HARGA, LOKASI

b Dependent Variable: KEPUTUSAN

Sumber: Data Primer, tahun 2018.

Berdasarkan tabel 4.14 menunjukkan hasil uji pengaruh simultan menunjukkan nilai signifikansi 0,000 yang berarti angka ini dibawah 0,05 atau $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Lokasi dan Harga secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh terhadap keputusan memilih tempat kos, karena nilai signifikansi dari tabel ANOVA kurang dari 0,05.

4.6.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model yang terbentuk dalam variabel bebas (independen) mampu menerangkan variasi dari variabel dependen.

Tabel 4.15
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,504(a)	,254	,238	1,354

a Predictors: (Constant), HARGA, LOKASI

b Dependent Variable: KEPUTUSAN

Sumber: Data Primer, tahun 2018.

Berdasarkan tabel 4.17 diatas dapat diketahui hasil perhitungan diperoleh nilai R Square = 0,254 (25,4%) berarti diketahui bahwa pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas yaitu Lokasi (X1) dan Harga (X2) terhadap variabel terikat yaitu keputusan mahasiswa memilih tempat kos (Y) sebesar 25.4% sedangkan sisanya $(100\% - 25,4\%) = 74,6\%$ dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti.

4.6.3 Uji t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan apakah ada pengaruh yang nyata secara parsial (individu) antara variabel dependen (Y) yaitu Keputusan Pembelian Jasa dengan variabel independen (X) yaitu variabel Lokasi, Fasilitas dan Harga.

Tabel 4.16**Hasil Uji t****Coefficients(a)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1 (Constant)	3,629	1,419		2,559	,012
LOKASI	,216	,056	,348	3,885	,000
HARGA	,233	,069	,301	3,361	,001

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Sumber: Data Primer, tahun 2018.

Dari tabel 4.16 diatas dapat disimpulkan bahwa:

- a. Lokasi mempunyai koefisien regresi positif sebesar 0,216 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara positif variabel lokasi secara signifikan mempengaruhi variabel keputusan memilih tempat kos. Maka H1 diterima karena ada pengaruh positif variabel lokasi terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih tempat kos..
- b. Harga mempunyai koefisien regresi positif sebesar 0,233 dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara positif variabel harga secara signifikan mempengaruhi variabel keputusan memilih tempat kos. Maka H2 diterima karena ada pengaruh positif variabel lokasi terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih tempat kos.

4.7 Analisis dan Pembahasan

4.7.1 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Memilih Tempat Kos

HI = Lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa memilih tempat kos.

Pernyataan hipotesis pertama bahwa Lokasi secara signifikan berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa memilih tempat kos terbukti. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yaitu lebih kecil dari 0,05 serta nilai koefisien regresi sebesar 0,216. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin strategis lokasi kos maka dapat meningkatkan keputusan mahasiswa dalam memilih tempat kos.

Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Andre Kurniawan yang mengatakan bahwa variabel Lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan memilih tempat kos. Penelitian yang dilakukan Diandaris Nurhandika Rahman juga mengatakan bahwa variabel Lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan memilih tempat kos. Namun penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan Septiana Indah Edi Puspita Purwaning Tyas yang mengatakan bahwa pengaruh Lokasi berpengaruh negatif terhadap pemilihan tempat kos.

Terbuktinya hipotesis yang telah dirumuskan, dapat terjadi karena Lokasi memang menjadi pertimbangan seseorang dalam pengambilan keputusan memilih tempat kos. Artinya bila lokasi kos strategis, dekat dengan kampus atau akses lainnya

(Seperti: fotocopy, *loundry*, rumah makan) maka dapat meningkatkan keputusan mahasiswa memilih tempat kos.

4.7.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Memilih Tempat Kos

H2 = Harga berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa memilih tempat kos.

Pernyataan hipotesis ketiga bahwa Harga secara signifikan berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa memilih tempat kos terbukti. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 yang nilainya lebih kecil dari 0,05 serta koefisien regresi sebesar 0,233. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara positif harga berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa memilih tempat kos.

Terbuktinya hipotesis yang telah dirumuskan, dapat terjadi karena harga merupakan faktor yang penting dalam memilih tempat kos, Pada penelitian ini Harga memang diperhatikan dalam memilih tempat kos, artinya tinggi rendahnya harga mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih tempat kos. Semakin terjangkau harga kos maka akan meningkatkan keputusan mahasiswa terhadap pemilihan tempat kos tersebut. Sebaliknya, semakin tidak terjangkau harga kos dapat menurunkan keputusan mahasiswa dalam memilih tempat kos tersebut.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh serta penelitian Andre Kurniawan dan

Septiana Indah Edi Puspita Purwaning Tyas yang menyatakan bahwa ada pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih tempat kos.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Ada pengaruh positif variabel Lokasi secara signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih tempat kos. Dapat disimpulkan, bahwa semakin strategis lokasi kos maka semakin tinggi dipilih mahasiswa sebagai tempat kos.
2. Ada pengaruh positif variabel harga secara signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih tempat kos. Dapat disimpulkan, bahwa semakin terjangkau harga kos maka dapat meningkatkan keputusan mahasiswa dalam memilih tempat kos.

5.2 Keterbatasan dan Saran

Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu nilai R^2 dalam penelitian ini sangat rendah, maka perlu pemilihan faktor-faktor lain yang dijadikan variabel independen diluar penelitian ini. Dalam penelitian selanjutnya hendaknya dapat memilih faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih tempat kos. Karena penelitian ini secara keseluruhan variabel independen (lokasi dan harga) hanya dapat mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih tempat kos sebesar 25.4%, dan sisanya 74,6 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti.

5.3 Penutup

Ucapan Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah-Nya, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini disebabkan karena keterbatasan dan kemampuan yang penulis miliki. Dengan segala kerendahan hati penulis sangat mengharapkan saran-saran yang konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya penulis memanjatkan do'a semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya, serta dapat memberikan sumbangan yang positif untuk kemajuan jurusan Ekonomi Islam. semoga kita senantiasa memperoleh perlindungan dari Allah SWT dan mendapat kebahagiaan baik di dunia maupun di akhirat. Amin.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ajib ,Ghufron, Fiqh *Muamalah II (Kontemporer Indonesia)*, Semarang:PT. Karya Abadi Jaya, 2015.
- Aksa mastuti , Ririn tri ratnasari. *Teori dan kasus manajemen pemasaran jasa*, Bogor: ghalia Indonesia, 2016.
- Al-Asqalani ,Ibnu Hajar. *Kitab Bulughul Maram; Kumpulan Hadis Hukum dan Akhlak; penerjemah-Muhammad Zaenal Arifin, penyunting-Owen Putra dan Dendi Irfan*, Jakarta: Khatulistiwa Press. 2014
- A. McEachern,William, *Ekonomi Mikro : Pendekatan Kontemporer*, Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama,2000.
- Arikunto,Suharsimi, *ProsedurpenelitianSuatuPendekatanPraktik*, Jakarta: RinekaCipta, 2002,
- Fatwa DSN 09/DSN-MUI/IV/2000: Pembiayaan Ijarah
- Ghozali, Imam, *AplikasiAnalisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: BadanPenerbit UNDIP, 2013.
- Indri, *Ekonomi (Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi)*. Jakarta:PT.Fajar Intrepratama Mandiri, 2016..
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga: Jakarta. 2006.
- Kotler , Philip, A. B Susanto, *manajemen pemasaran di Indonesia Analisis, Perencanaan. Implementasi dan Pengendalian*, Jakarta:Salemba empat,2000.

Lupiyoadi,Rambat,*Manajemen pemasaran jasa: Berbasis kompetensi*. Jakarta:Salemba empat. 2014.

Muflih, Muhammad, *perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta:PT.Raja Grafindo Persada. 2006.

Muhammad, Rifqi, *Akuntansi keuangan Syariah (konsep dan implementasi Keuangan Syariah)*, Yogyakarta:P3EI Press,2008.

Mustofa ,Imam, *Fiqih Muamalah Kontemporer*. Jakarta:PT.Raja Grafindo Persada, 2016

Priyastama , Romie. *Buku Sakti Kuasai SPSS*, Yogyakarta:Start Up.2017.

Siregar ,Syofian, *Metode penelitian kuantitatif : dilengkapi perbandingan perhitungan manual dan SPSS*. Jakarta:PT fajar Interpretama Mandiri.2013

Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.2009.

Sujianto, Agus Eko, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009.

Swasta, Basu, *Manajemen Pemasaran modern*.Yogyakarta:Libert, 2003.

Swastha, Basu, dan irawan. *manajemen pemasaran modern*,Yogyakarta:Libert,2008.

Tjiptono ,Fandy, *Manajemen Jasa*, Edisi Kedua. Jogjakarta;Andy offset, 2000.

Karya Ilmiah:

Aditya,Danny, skripsi. *Analisis pengaruh lokasi, promosi dan pelayanan terhadap keputusan menggunakan jasa warnet*, 2012.

- Arif Pujiyono, dan Meirani Fitrianingsih, jurnal. *Analisis Pengaruh Harga Sewa, Pendapatan Keluarga, Fasilitas, Lokasi dan Hara Substitusi Terhadap Permintaan Rusunawa Undip (Studi Kasus : Penghuni Rusunawa Undip Tahun 2011*
- Fadliyah,Lina, skripsi, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Impulse Buying pada Konsumen Jilbab di Pasar Johar Semarang*, 2015.
- Hasanah ,Uswatun, skripsi. *Analisis Faktor yang mempengaruhi Impulse Buying pada Penjualan Online (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 UIN Walisongo Semarang)*. 2015.
- Kurniawan, Andre,skripsi,*Analisis pengaruh lokasi dan fasilitas terhadap keputusan mahasiswa memilih tempat indekos dengan harga sewa indekos sebagai model variabel moderasi*, 2015.
- Marjam Desma Rahadhini, dan Maria Kristina Dewi. jurnal. *Efek Moderasi Kepuasan Konsumen pada Pengaruh Harga dan Kuaalitas Pembelian Sepeda Motor Honda*.
- Muheramtohad, Singgih. jurnal. *Perlindungan Terhadap Harga Komoditas Pasar (Telaah Pemikiran Ibn Taimiyyah)*. At-taqaddum, volume 10 (1). 2018.
- Ningrum, Puspa , skripsi. *Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih rumah kos dalam perspektif ekonomi islam (studi tngerhadap mahsiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Raden Intan Lampung. (Studi terhadap Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis IslamUniversitas Islam NegeriRaden Intan Lampung)*. 2017.
- Purwaning Tyas ,Septiana Indah Edi Puspita, skripsi. *Pengaruh promosi, lokasi, fasilitas,harga dan kelompok acuan terhadap pemilihan tempat kos. (Studi kasus : Mahasiswa dan mahasiswi yang menyewa jasa kamar kos di daerah Mrican dan Seturan)*.2009.

Raharjo, Asep Sukmo, skripsi. *Pengaruh Fasilitas, Pelayanan, dan Lokasi terhadap Keputusan Konsumen dalam menggunakan jasa Internet di kecamatan Gajah Mungkur Semarang*. 2009.

Rahman, Diandaris Nurhandika, skripsi. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pemancingan Ngrembel Asri Gunungpati Semarang*. 2013.

Rasti ,Hafifah, skripsi *Pengaruh lingkungan, harga , fasilitas dan kelompok referensi terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa rumah kos di kawasan limau manis dan jati. (Studi pada mahasiswa S1 Universitas Andalas)* ,2015.

Website :

[https://id.wikipedia.org/wiki/Universitas Islam Negeri Walisongo](https://id.wikipedia.org/wiki/Universitas_Islam_Negeri_Walisongo).

<https://kbbi.web.id/ijarah>

<https://kbbi.web.id/indekos>

<https://quran.kemenag.go.id/>

<http://.walisongo.ac.id>

Lampiran 1

Angket Penelitian

KUESIONER

**ANALISIS PENGARUH LOKASI DAN FASILITAS TERHADAP
KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH TEMPAT KOS DENGAN
HARGA SEWA SEBAGAI VARIABEL MODERATING
((Studi Kasus Mahasiswa S1 Universitas Islam Negeri Walisongo
Semarang))**

IDENTITAS RESPONDEN:

1. Nama Responden:

2. Jenis Kelamin :

☐ Laki-laki

☐ Perempuan

3. Fakultas

☐ Ekonomi dan Bisnis Islam

☐ Ilmu Sosial dan Politik

☐ Syariah dan Hukum

☐ Fakultas Psikologi dan

Kesehatan.

☐ Dakwah dan Komunikasi

☐ Ushuludin dan Humaniora

☐ Sains dan Teknologi

☐ Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

4. Pendapatan Orang Tua Responden

☐ < Rp 1.000.000

☐ Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000

☐ Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000

☐ Rp 3.000.000 = Rp 4.000.000

☐ > Rp 5.000.000

5. Domisili kos Responden

☐ Tanjungsari ☐ Ringinsari ☐ Perum. Bank Niaga ☐
Perum. BPI ☐ Segaran 4

6. Tingkat penggunaan kos:kali

Petunjuk Pengisian:

Berikan jawaban anda dengan memberikan tanda (X) pada satu kolom pernyataan yang anda pilih.

Keterangan kolom jawaban :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

KS = Kurang Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

a. Lokasi (X_1)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya memperhatikan kebersihan tempat kos.					
2	Jarak lokasi kos dengan kampus menjadi pertimbangan dalam memilih kos.					
3	Saya mempertimbangkan lokasi kos yang dekat dengan akses yang diperlukan (Seperti: tempat makan, <i>loun</i> dry dan fotocopy).					
4	Saya memilih lokasi tempat kos yang dapat menghemat biaya transportasi					
5	Saya memilih lokasi tempat kos yang aman.					

Harga (X_2)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya memilih tempat kos dengan mempertimbangkan harga yang murah.					
2	Saya memilih tempat kos yang pembayarannya dapat dilakukan secara bulanan.					
3	Saya memilih tempat kos yang pembayarannya dapat dilakukan secara semesteran.					
4	Saya tidak memperhatikan harga dan lebih mementingkan fasilitas atau jarak lokasi kos dengan kampus.					

Keputusan Pembelian Jasa (Y)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Kos yang saya tempati sesuai dengan kemampuan financial.					
2	Saya memilih rumah kos yang strategis.					
3	Saya berniat untuk tetap tinggal di tempat kos saya sekarang ini meskipun harganya mahal.					

Lampiran 2

Jawaban Responden Terhadap Kuesioner

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
3	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
4	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
5	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
6	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
7	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
8	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
9	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
11	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
13	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
14	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
15	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
16	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
17	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63																																					

2000	3	3	3	3	3	3	3	6	6	3	3	1
2001	3	8	6	3	3	8	8	3	6	6	6	6
2002	3	3	3	3	3	3	3	3	8	3	3	6
2003	3	6	6	6	3	3	6	8	8	6	6	3
2004	3	1	8	6	3	8	6	8	6	6	8	6
2005	3	6	6	3	3	3	8	3	1	3	6	3
2006	6	6	6	3	3	3	3	6	3	3	3	3
2007	6	3	6	6	6	3	3	6	3	6	6	3
2008	3	3	3	3	3	6	8	6	8	8	3	3
2009	6	6	6	3	3	6	3	6	6	6	3	3
2010	3	3	3	3	3	3	6	6	8	3	3	8
2011	6	6	6	6	6	3	6	6	3	6	6	6
2012	3	3	6	3	3	3	3	1	8	3	3	1
2013	1	3	3	3	3	3	3	6	3	6	6	6
2014	3	6	6	6	3	3	6	8	3	6	6	1
2015	8	6	6	6	3	6	6	3	6	6	6	3
2016	3	6	6	6	3	3	6	6	3	6	6	3
2017	3	3	3	3	3	3	3	3	6	6	6	3
2018	3	3	6	6	6	6	3	6	3	6	6	6
2019	3	8	3	8	3	8	3	1	3	6	3	3
2020	3	3	3	3	3	3	8	6	8	6	6	3
2021	6	8	6	6	6	3	6	6	3	6	6	8
2022	3	3	3	6	3	6	8	3	6	3	6	8
2023	6	6	6	3	6	3	6	6	3	6	6	6
2024	3	6	3	6	3	6	3	8	6	6	6	3
2025	6	8	8	8	3	6	8	3	1	6	8	3
2026	6	3	6	8	6	6	6	8	8	6	6	3
2027	6	3	6	3	6	6	6	3	3	6	6	3
2028	6	6	3	6	6	6	8	8	3	6	6	3
2029	3	6	6	8	6	8	6	8	3	8	8	6
2030	3	3	6	3	6	6	3	8	6	6	6	6
2031	3	8	6	8	3	3	3	6	1	6	3	1
2032	6	3	3	8	8	8	3	6	6	6	6	6
2033	6	3	3	8	8	8	3	6	6	6	6	6
2034	6	3	3	8	8	8	3	6	6	6	6	6
2035	6	3	3	8	8	8	3	6	6	6	6	6
2036	6	3	3	8	8	8	3	6	6	6	6	6
2037	6	3	3	8	8	8	3	6	6	6	6	6
2038	6	3	3	8	8	8	3	6	6	6	6	6
2039	6	3	3	8	8	8	3	6	6	6	6	6
2040	6	3	3	8	8	8	3	6	6	6	6	6
2041	6	3	3	8	8	8	3	6	6	6	6	6
2042	6	3	3	8	8	8	3	6	6	6	6	6
2043	6	3	3	8	8	8	3	6	6	6	6	6
2044	6	3	3	8	8	8	3	6	6	6	6	6
2045	6	3	3	8	8	8	3	6	6	6	6	6
2046	6	3	3	8	8	8	3	6	6	6	6	6
2047	6	3	3	8	8	8	3	6	6	6	6	6
2048	6	3	3	8	8	8	3	6	6	6	6	6

Lampiran 3

Deskriptif Variabel Penelitian
Variabel Lokasi

Variabel	Indikator	Skor					Jml Jawaban
		STS=1	TS=2	KS=3	S=4	SS=5	
Lokasi	Lokasi kos yang bersih	0	1	1	40	58	100
	Jarak lokasi kos dengan kampus	0	5	9	34	52	100
	Lokasi kos dekat dengan akses yang diperlukan	0	5	9	51	35	100
	Lokasi menghemat biaya transportasi	0	4	12	38	46	100
	Lokasi kos aman	0	0	1	30	69	100
Jumlah Skor		0	15	32	193	260	

Variabel Harga

Variabel	Indikator	Skor					Jml Jawaban
		STS=1	TS=2	KS=3	S=4	SS=5	
Harga	Harga yang murah	0	3	11	39	47	100
	Sewa bulanan	0	19	30	25	26	100
	Sewa tahunan	5	13	24	48	10	100
	Lokasi dan fasilitas sesuai keinginan.	11	25	26	29	9	100
Jumlah Skor		16	60	91	141	92	

Variabel Keputusan Memilih Tempat Kos

Variabel	Indikator	Skor					Jml Jawaban
		STS =1	TS= 2	KS= 3	S=4	SS= 5	
Keputusan Pembelian	Kesesuaian dengan kemampuan finansial	0	1	8	63	28	100
	Mudah dijangkau atau tidaknya lokasi rumah kos yang akan dipilih	0	1	6	61	32	100
	Kenyamanan rumah kos sebagai tempat tinggal	7	17	26	39	11	100
Jumlah Skor		7	19	40	163	71	

Lampiran 4

Hasil uji validitas dan reliabilitas

1. Validitas

a. Lokasi (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Lokasi
X1.1	Pearson Correlation	1	,352(**)	,317(**)	,292(**)	,380(**)	,620(**)
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,003	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,352(**)	1	,422(**)	,632(**)	,185	,797(**)
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,065	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,317(**)	,422(**)	1	,433(**)	,160	,706(**)
	Sig. (2-tailed)	,001	,000		,000	,111	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,292(**)	,632(**)	,433(**)	1	,308(**)	,808(**)
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,000		,002	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	,380(**)	,185	,160	,308(**)	1	,499(**)
	Sig. (2-tailed)	,000	,065	,111	,002		,000
	N	100	100	100	100	100	100
Lokasi	Pearson Correlation	,620(**)	,797(**)	,706(**)	,808(**)	,499(**)	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Harga (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Harga
X3.1	Pearson Correlation	1	,402(**)	,096	-,277(**)	,495(**)
	Sig. (2-tailed)		,000	,344	,005	,000
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	,402(**)	1	-,290(**)	,105	,609(**)
	Sig. (2-tailed)	,000		,003	,298	,000
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	,096	-,290(**)	1	-,034	,365(**)
	Sig. (2-tailed)	,344	,003		,734	,000
	N	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	-,277(**)	,105	-,034	1	,511(**)
	Sig. (2-tailed)	,005	,298	,734		,000
	N	100	100	100	100	100
Harga	Pearson Correlation	,495(**)	,609(**)	,365(**)	,511(**)	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

c. Keputusan (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Keputusan
Y1	Pearson Correlation	1	,320(**)	,009	,524(**)
	Sig. (2-tailed)		,001	,929	,000
	N	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	,320(**)	1	,164	,632(**)
	Sig. (2-tailed)	,001		,102	,000
	N	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	,009	,164	1	,775(**)
	Sig. (2-tailed)	,929	,102		,000
	N	100	100	100	100

Keput usan	Pearson Correlation	,524(**)	,632(**)	,775(**)	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Reliabilitas

a. Lokasi (X1)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	39,41	21,658	,541	,761
X1.2	39,63	18,902	,721	,715
X1.3	39,80	19,960	,612	,738
X1.4	39,70	18,919	,738	,713
X1.5	39,28	22,688	,420	,778
Lokasi	21,98	6,222	1,000	,732

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,776	6

b. Harga (X3)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	24,36	13,586	,325	,593
X3.2	25,08	11,994	,394	,554
X3.3	25,21	14,147	,121	,660
X3.4	25,66	12,671	,249	,617

Harga	14,33	4,021	1,000	-,040(a)
-------	-------	-------	-------	----------

a The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,616	5

c. Keputusan (Y)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	19,26	8,013	,359	,756
Y2	19,20	7,616	,491	,716
Y3	20,14	5,556	,554	,651
Keputusan	11,72	2,406	1,000	,291

Reliability Statistics

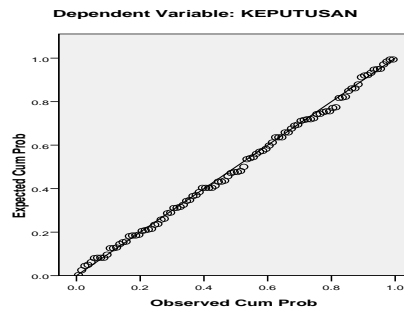
Cronbach's Alpha	N of Items
,731	4

Lampiran 5

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Residual
N		100
Normal Parameters(a,b)	Mean	,00
	Std. Deviation	1,340
Most Extreme Differences	Absolute	,044
	Positive	,044
	Negative	-,028
Kolmogorov-Smirnov Z		,437
Asymp. Sig. (2-tailed)		,991

a Test distribution is Normal.

b Calculated from data.

2. Uji Multikolonieritas

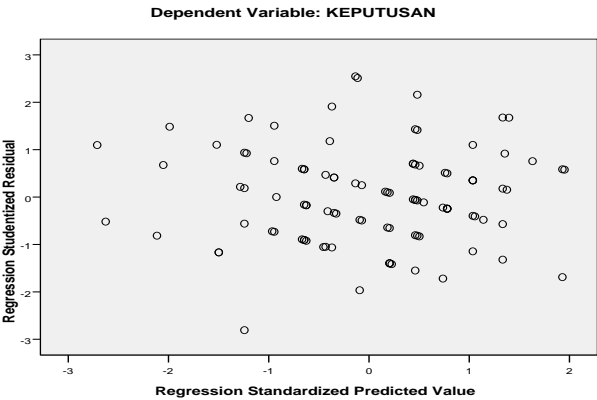
Coefficients(a)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF	B	Std. Error
1 (Constant)	3,629	1,419		2,559	,012		
LOKASI	,216	,056	,348	3,885	,000	,959	1,042
HARGA	,233	,069	,301	3,361	,001	,959	1,042

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

3. Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot



Lampiran 6

Hasil Uji Hipotesis

1. Uji F

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	60,435	2	30,218	16,492	,000(a)
	Residual	177,725	97	1,832		
	Total	238,160	99			

a Predictors: (Constant), HARGA, LOKASI

b Dependent Variable: KEPUTUSAN

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,504(a)	,254	,238	1,354

a Predictors: (Constant), HARGA, LOKASI

b Dependent Variable: KEPUTUSAN

3. Uji t

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,629	1,419		2,559	,012
	LOKASI	,216	,056	,348	3,885	,000
	HARGA	,233	,069	,301	3,361	,001

a Dependent Variable: KEPUTUSAN

Lampiran 7

Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients(a)

Model	Unstandardize d Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF	B	Std. Error
1 (Constant)	3,629	1,419		2,559	,012		
LOKASI	,216	,056	,348	3,885	,000	,959	1,042
HARGA	,233	,069	,301	3,361	,001	,959	1,042

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Ferrydhotin Jannah
NIM : 1405026082
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, Tanggal lahir : Pati, 28 Maret 1995
Agama : Islam
Alamat : Ds. Tunjungrejo RT. 01 RW 02,
Kecamatan Margoyoso,
Kabupaten Pati.
Nomor Hp : 08229340987
E-mail : Ferrydhotin.jannah@gmail.com
Pendidikan : - SDN 01 Tunjungrejo
-MTS Salafiyah Kajen
-MA Salafiyah Kajen
-UIN Walisongo Semarang jurusan
Ekonomi Islam angkatan 2014.

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenarnya
untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya,

Semarang, 07 Juli 2018

Ferrydhotin Jannah
1405026082